

# UNVERKENNBAR

Das BVG Magazin über Technik & Lifestyle

Metropole der Frohnaturen  
und fünften Jahreszeit

KEINE KANN'S WIE KÖLN

## LIFESTYLE

Über das urige Kölsche Wesen,  
eine französische Gastro-Connection  
und den INNER CIRCLE für Citynomaden.

## KULTUR

Wie florale Kunst die Ewigkeit  
überdauert und Stadtpflanzen  
ihr Bauernabitur machen.

## TECHNIK

Wie man Hackerattacken abwehrt,  
Unternehmensblasen platzen lässt  
und digitale Schätze hebt.



# INHALT



- 4** **Köln**  
 Die Domstadt verbindet wie keine andere rheinischen Frohsinn mit Weltoffenheit, Vielfalt und dem Flair einer Metropole.



- 8** **Kunde der BVG**  
 Mobilitätsprofi Emons überwindet Distanzen und verbindet Menschen.
- 10** **Gesichter der BVG**  
 Manfred Füss zeigt Weitblick und entwickelt digitale Talente von morgen.
- 12** **Partner der BVG**  
 Aixvox pusht Unternehmen durch Expertise in die digitale Poleposition.
- 16** **Gesichter der BVG**  
 Sandra Bergknecht gewinnt mit ihrer Art Herzen – die von Kunden und Musikfans.
- 20** **BVG Event**  
 Coworking und Barcamps als Katalysator für Networking und Wissenspotenzierung.



- 22** **So sicher ist Remote Software**  
 Experten von FastViewer schützen Firmen vor Hackerattacken.
- 32** **Wissen organisieren**  
 Digitales Lernen beflügelt Mitarbeiter, Leistungsfreude und den Geschäftserfolg.



- 25** **Gesichter der BVG**  
 Thomas Schlebach und seine Leidenschaft fürs Netzwerken in Beruf und Freizeit.
- 28** **Partner der BVG**  
 Miller Leasing – alles läuft rund mit passenden IT-Produkten und Finanzierungen.
- 30** **BVG Event**  
 Bauernabitur – noch nie gehört? Ganz schnell nachholen! Macht Riesengaudi!
- 36** **Partner der BVG**  
 Avaya bietet Cloudlösungen nach Maß für kleine Firmen und Global Player.
- 40** **Hinter den Kulissen**  
 Produktives Trio – die Macher von UNVERKENNBAR stellen sich vor.

# EDITORIAL

Liebe Leserin, lieber Leser,

jede Stadt, jede Region hat so ihre Besonderheiten. Das genieße ich immer dann, wenn ich auf Reisen bin und unsere Kunden an den BVG-Standorten Hamburg, Berlin, Bozen oder Köln besuche. Mit unserem Kundenmagazin UNVERKENNBAR stellen wir Ihnen einige Highlights, Trends und Hotspots dieser Metropolen vor, aber auch deren Macher, Menschen und Merkwürdigkeiten.

Apropos merkwürdig. In Köln spricht man bekanntlich Kölsch. Man trinkt es sogar. Kostprobe? „Hey Kölle – Du bes e Jeföhl“. Dieser Satz bedarf keiner Übersetzung. Köln ist eben mehr als eine Stadt. An den rheinischen Singsang – und die spezielle Biersorte – musste ich mich als waschechter Bayer zwar erst gewöhnen, aber es stimmt: Auf Kölsch klingt alles gleich viel freundlicher.

Köln zählt zu den beliebtesten Großstädten bei Touristen aus dem In- und Ausland, direkt nach Hamburg, München und Berlin. Kein Wunder, hier weiß man, wie man trinkt, ausgeht, isst und vor allem feiert. In der fünften Jahreszeit herrscht in Köln Ausnahmezustand. Die Club- und Kneipenszene ist bemerkenswert, die Lage am Rhein, der Dom, die Einkaufsmöglichkeiten und das Kunst- und Kulturprogramm sind verlockend. Genau wie die „Veedel“, da ist das eigene jedem Kölner heilig. Über all das und noch viel mehr sowie die neuesten Trends aus der digitalen Welt, lesen Sie in dieser Ausgabe. Viel Spaß bei der Lektüre!

Ihr Günter Dallmayr



6

## Automobile Leidenschaft

Vrrrooom, vrrrooom!: Auf der Motorworld Köln bleibt der Tiger im Tank.

18

## Hotel-Tipp

25 Hours bietet Gastfreundschaft im stilvollen Interior und Zimmer mit Kultfaktor.

34

## Blühende Kreativität

Schluss mit verwelktem Gestrüpp! Florale Kunst bleibt und macht lange Freude.

38

## Restaurant-Tipp

Le Moissonnier begeistert mit raffinierter Küche, erlesenen Weinen und französischem Charme.



## Günter Dallmayr

Geschäftsleitung  
BVG Communication Technologies GmbH

# KÖLN – METROPOLE

## MIT HERZ, CHARME UND HUMOR

Köln ist eine rheinische Frohnatur, weltoffen, tolerant und gastfreundlich. In NRWs größter Stadt leben gut eine Million Menschen und jährlich zieht es fast vier Millionen Touristen hierhin. Der Karneval ist legendär, Dom, Rhein, „das Kölsch“ und die lokale Küche sind überaus beliebt, ob bei Einheimischen oder Touristen. Das vielfältige kulturelle Angebot mit Philharmonie und Oper, den vielen Theatern, Museen und Sehenswürdigkeiten begeistern, ebenso wie die pulsierende Kneipen-, Club- und Gay-Szene. Städtetrip, Kurzurlaub oder Geschäftsreise? Die Domstadt ist immer eine Reise wert. Das liegt neben oben genannten Vorzügen auch am liebenswerten Wesen der Kölner, deren Eigenheiten mitunter verblüffen.

### DIE KÖLSCHE SPROCH

Für Hochdeutsch liebende Ohren klingt so mancher Dialekt in Deutschland je nach Region ein wenig plump und sperrig. Die „kölsche Sproch“ hingegen ist eine Art gutturaler Singsang, der auf Nicht-Kölner (= der „Imi“) fremd, aber ebenso fröhlich, herzlich und verbindlich wirkt. Ohnehin werden die Dinge hier am Rhein erst einmal „jaaaaanz jemütlich“ angegangen. Stress? Fehlanzeige! Der liegt dem Kölner nicht in den Genen, genauer: den Jenen. Denn auf den Buchstaben „G“ verzichten sie beim Sprechen gerne äh... jerne. Das Magazin „Stern“ proklamierte einst in der Ausgabe 23 von 1985: „Hochdeutsch ist hässlich, Kölsch ist schön.“

### KÖLSCHES GRUNDGESETZ

Das „Kölsche Grundgesetz“ ist ein Lebensleitfaden mit zehn Regeln. Dieser bringt die Gelassenheit der Kölner gegenüber allem – ob gut oder schlecht – pragmatisch,

doch klangvoll auf den Punkt, Beispiele gefällig? Das wohl bekannteste rheinländische Bonmot ist wohl „Et hätt noch immer joot jejange“ (Es ist noch immer alles gut gegangen): Steht für eine optimistische Grundhaltung. „Jede Jeck is anders“ (Jeder Mensch ist anders): Nimm Menschen so, wie sie sind. „Wat fott es, es fott“ (Was fort ist, ist fort): Trauere nicht um längst vergessene Dinge. „Maach et joot, ävver nit zo off“ (Mach es gut, aber nicht zu oft): Der Kölner stellt Qualität über Quantität.

### KÖLNER DOM

Die gotische Kathedrale entstand 1248 und ist nach dem Ulmer Münster mit rund 157 Metern das zweithöchste Kirchengebäude Europas. Der Kölner Dom gehört zu den beliebtesten Sehenswürdigkeiten: Über sechs Millionen Menschen besuchen jährlich die UNESCO-Welterbestätte. Wer zur Turmspitze will, muss 533 Stufen erklimmen. Seit 2007 hat der Dom durch das Fenster des Künstlers Gerhard Richter

eine weitere Attraktion. Zu hohen Feiertagen und besonderen Anlässen läutet der „Dicke Pitter“, eine 24 Tonnen schwere Glocke. Die Kölner lieben ihre Wahrzeichen sehr: Man munkelt, dass einige nach einer längeren Reise einen Umweg machen, nur um sich zu vergewissern, dass ihr Dom noch steht.

### DAS KÖLSCH UND DER KÖBES

Ein beliebter Spruch lautet: „Kölsch ist die einzige Sprache, die man trinken kann.“ Das Lieblingsgetränk der Kölner ist ein nach dem Reinheitsgebot hergestelltes helles, hochvergorenes, hopfenbetontes, obergäriges Vollbier, das man aus schlanken 0,2-Liter-Gläsern trinkt. Es wird seit 1874 am Rhein hergestellt und darf bis heute nur in der Domstadt gebraut werden. Köln behauptet von sich selbst, die deutsche Stadt mit den meisten Biersorten und Brauhäusern zu sein. Jede Kölsch-Sorte hat ihren eigenen, individuellen Geschmack und ein eigenes Brauhaus. Dort sorgt der „Köbes“ (Kellner)

ungefragt so lange für Nachschub, bis der Gast als Zeichen fehlenden Durstes einen Bierdeckel auf sein Glas legt. In Köln bestellt man kein Kölsch, man bekommt es vom Köbes zugeteilt. Und dieses Unikum hat bisweilen seine ganz eigene Auffassung von Service und Gastfreundschaft...

#### KULINARISCHE KURIOSITÄTEN

Wer zünftige Spezialitäten liebt, wird begeistert sein von „Himmel un Ääd“. Himmel und Erde ist ein rheinländisches Stampfgericht aus dem 18. Jahrhundert und besteht aus Kartoffeln und Äpfeln. Die Kölner verfeinern das Ganze noch mit „Blutwoosch“ bzw. „Flönz“ (Blutwurst). Letztere wird auch gerne mit einem Roggenbrötchen und Zwiebeln serviert als „Kölscher Kaviar“. Wer einen „Halven Hahn“ bestellt, wird enttäuscht sein, dass er kein halbes Grillhähnchen serviert bekommt, sondern ein Röttgelen plus mittelaltem Gouda, Zwiebeln, Butter und Senf. „Decke Bunne met Speck“ hatte im Mittelalter den Ruf des Arme-Leute-Essens. Die dicken Bohnen mit Speck erfreuen sich aber auch heute größter Beliebtheit und werden variiert mit Salz- oder Pellkartoffeln und Mettwurst oder Kotelett. Naschkatzen verdrücken an Silvester und Karneval die Muuzemändelcher (Muzenmandeln). Das ist ein süßes Gebäck in Tropfen- bzw. Mandelform, das in heißem Fett ausgebacken wird.

#### FÜNFTE JAHRESZEIT

Köln ist nicht umsonst die Hochburg des Karnevals. Die an den Karnevalstagen stattfindenden Feierlichkeiten im Rheinland und die Feiertage nennen die Kölner „Fastelovend“. In der 5. Jahreszeit lebt der Jeck sich aus, gesellschaftliche Unterschiede spielen keine Rolle, man feiert und trinkt zusammen. Die sogenannte Session beginnt am 11.

November um 11:11 Uhr. Ab Weiberfastnacht befindet sich die Domstadt im Ausnahmezustand, überall hört man „Kölle Alaaf!“ (Köln über alles) und es werden kräftig „Bützchen“ (Küsschen) verteilt. Höhepunkt ist der Rosenmontagszug

#### KÖLSCHE KLÜNGEL

„Mer kennt sisch, mer hilft sisch.“ Das Motto des ehemaligen Bundeskanzlers und Kölner Oberbürgermeisters Konrad Adenauer wird in der Domstadt beherzt gelebt. Der Kölsche Klüngel beruht auf gegenseitigen Gefälligkeiten. Im positiven Sinne sind die Kölner eben gut vernetzt und eine Hand wäscht hier die andere – ob bei der Suche nach einer neuen Wohnung, einem Ausbildungsplatz oder der entlaufenen Katze. Irgendwer weiß Bescheid oder kennt jemanden, der jemanden kennt... Nur im schlimmsten Fall artet das schon mal in Korruption aus. So wie beim Müllskandal, bei dem ein Entsorgungsunternehmen der SPD Geld spendete, damit diese dem Bau einer zu großen Müllverbrennungsanlage zustimmt. Solche Machenschaften kommen bei der Bevölkerung überhaupt nicht an. Dennoch sagt man den Kölnern ein offenes und entspanntes Verhältnis zum Klüngel nach.

#### DAS VEEDEL

Was dem Berliner oder Hamburger sein Kiez, ist dem Kölner sein Veedel. Es gibt 86 „offizielle“ Stadtteile und daneben noch einige urkölsche Viertel, die nicht amtlich erfasst sind. Dazu zählen der Eigelstein, das Vringsveedel (Severinsviertel), das Studentenviertel „Kwartier Latäng“ oder das „Belgische Viertel“ in der Neustadt-Nord, das zu den beliebtesten und teuersten Bezirken zählt. In einem Veedel gibt es alles, was der Kölner braucht: Büdchen (Kiosk), Bäcker, Café, Supermarkt, Stammkneipe und den Wochenmarkt zum Einkaufen und „Schwaade“ (Schwätzchen halten).

Im Veedel spielt das Leben und die Kölner fühlen sich ihrem Viertel besonders verbunden, was in Straßenfesten gefeiert wird wie etwa „Dä längste Desch vun Kölle“.

#### DER RHEIN

Vater Rhein, der 1.324 Kilometer lange Fluss fließt durch die Stadt und teilt sie in das „richtige“ Köln (linksrheinisch) und in die „schäl Sick“, die „falsche“ Seite der Stadt. Sieben Brücken führen in Köln über den Rhein sowie seit der Bundesgartenschau 1957 auch eine Seilbahn. Einige Brücken sind vor allem während der Silvesternacht und der Kölner Lichter, dem größten Feuerwerk Deutschlands mit Musik, brechend voll. Bei schönem Wetter treffen sich die Kölner auf den Wiesenflächen am Ufer zum Fußballspielen, Abhängen und Camping.

#### COLOGNEPRIDE UND CSD-PARADE

Beim anderen Karneval von Köln regnet es keine Kamelle, sondern Kondome: Der ColognePride setzt Köln jeden Sommer für zwei Wochen außer Rand und Band. Schwule, Lesben, Bisexuelle und Transgender feiern gemeinsam und demonstrieren für ihre Rechte. Höhepunkt ist das dreitägige Christopher Street Day-Fest, dessen Ende von einer schillernen Parade in der Kölner City gekrönt wird. Neben hunderttausenden Besuchern sind jedes Mal internationale Stars mit von der Partie.

[www.koelntourismus.de](http://www.koelntourismus.de)  
[www.stadt-koeln.de](http://www.stadt-koeln.de)  
[www.nrw-tourismus.de](http://www.nrw-tourismus.de)

# WILLKOMMEN AM BUTZ



Das einstige „Luftkreuz des Westens“ ist der neue Hotspot für alle, denen Sprit statt Blut in den Adern fließt: Auf dem einstigen Großflughafen Butzweilerhof (der Butz) bietet die Motorworld Köln | Rheinland ein Maximum automobiler Fortbewegung. Ob Old- oder Youngtimer: Alle ausgestellten Fahrzeuge dürften bei Fans des PS-getriebenen Lebensstils für Adrenalinschübe sorgen. Ein Highlight ist die Memorabilia-Sammlung von Rennfahrerlegende Michael Schumacher. Und eine Nacht im V8 Hotel beschert Auto-Enthusiasten Sweet Dreams im passenden Ambiente.

## DES DEUTSCHEN LIEBSTES KIND

Die Liebe der Deutschen zum Auto ist legendär. Für die meisten ist es kein Fahrzeug, sondern ein Stück Freiheit auf vier Rädern, das ihnen Unabhängigkeit, Abenteuer und Fahrfreude schenkt. Auch BVG-Geschäftsführer Günter Dallmayr ist leidenschaftlicher Autofahrer, der ab und an das Limit von Mensch und Motor am Bilster Berg ausstestet... Davon abgesehen verbindet ihn beziehungsweise BVG als IT-Dienstleister und die Autobranche mehr als eine Passion: der Datenhighway. Fahrzeuge stecken schließlich voller Computertechnik, damit Vernetzung, Navigation,

Hilfsassistenten oder autonomes Fahren funktionieren. Durch die fortschreitende Digitalisierung wachsen die Aufgabenbereiche von IT- und Autobranche in Zukunft noch stärker zusammen.

## DIE GOLDENEN ZEITEN DES AUTOMOBILS

Auf der Motorworld Köln | Rheinland ist es aber wohl eher der analoge Teil der Mobilität, der für Begeisterung sorgt. In der riesigen Oldtimerhalle stehen beeindruckend viele alte Schätzchen, die Besucherherzen einige Oktanzahlen höher klopfen lassen. Allein Porsche-Fans dürften glücklich sein, ist doch die gesamte Modellreihe aus Sindel-

lingen vertreten – von den Anfängen bis heute. Genau wie viele Juwelen von anderen Pionieren der Auto- und Motorenentwicklung: Ob Benz, BMW Maybach, Bugatti oder Raritäten von Ford, Dürkop, Citroën und Deutz. Auch bei den Zweirädern sind exklusive Klassiker zu sehen, etwa von BMW, BSA, Norton oder Triumph.

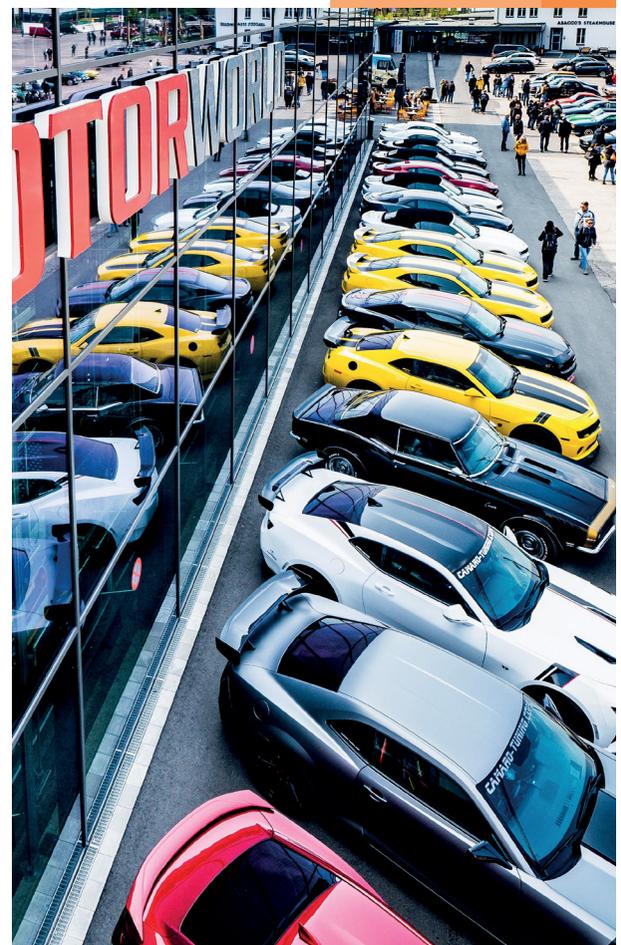
## V8 HOTEL: ECHT ABGEFAHREN

Achtzylinder gehören inzwischen ja zu den bedrohten Arten. Das ist wohl auch der Grund, warum das Hotel auf dem Gelände der Motorworld V8 heißt – eine kleine Reminiszenz an eine

Motorlegende mit der außergewöhnlichen Performance. Eines ist klar: Nicht nur das Übernachten macht hier Spaß, denn das Motiv Mobilität zu Land und Luft zieht sich wie ein roter Faden durch das gesamte Hotel mit 112 Zimmern. Neben 96 Designzimmern sind zehn den Themen „Henry Ford“, „Werkstatt“ oder „Car Wash“ gewidmet. Sehr komfortabel wird der Aufenthalt in der luxuriösen Racing Suite mit getrenntem Wohn- und Schlafbereich sowie Kitchennette. Ein Highlight sind die 54 m<sup>2</sup> großen Car Suites. Sie ermöglichen es den Gästen, ihr Fahrzeug direkt neben dem

eigenen Zimmer zu parken und durch eine Glasfront zu bewundern. Echt abgefahren, oder?

Da so viel „Bewegung“ hungrig macht, gehört auch eine abwechslungsreiche Gastronomie zum Konzept: Die „Moto Food Garage“ lädt zum Genuss mediterraner Köstlichkeiten ein, „Abacco's Steakhouse“ bietet ein speziell zubereitetes, hochwertiges Rindfleisch aus artgerechter Haltung und die Brasserie „Boxenstopp“ verwöhnt mit einer gutbürgerlichen Küche.



[www.motorworld.de](http://www.motorworld.de)  
[www.v8hotel.koeln](http://www.v8hotel.koeln)

# GRENZENLOSE MOBILITÄT UNTER EINEM DACH

Distanzen überwinden und Menschen verbinden – damit lässt sich das Kerngeschäft sowohl von BVG als auch Partner Emons auf den Punkt bringen:

Die IT-Spezialisten verschicken Datenpakete und sind auf allen

digitalen Highways unterwegs. Die Spedition aus Köln setzt die gesamte Bandbreite der Mobilität ein:

Schiene, Straße, Luft, Wasser

– und ist bei allem rundum vernetzt.



## VOM ERSTEN LKW BIS ZUM KOMBIVERKEHR

1928 brachten die Brüder Peter und Wilhelm Emons ihren ersten Lkw ins Rollen, zunächst zwischen Köln und Nürnberg. In den 1960ern weiteten sie das Geschäft aus und fuhren mit mehreren Lastern bereits größere Touren innerhalb Deutschlands. Später etablierten sie den ersten Linienverkehr, bei dem die Fahrer innerhalb einer Schicht an ihren Ausgangspunkt zurückkehrten. Damit initiierte

Emons die erste große Umwälzung in der Transportbranche und war zudem Gründungsmitglied des ressourcenschonenden Kombiverkehrs.

## WELTWEIT AUF EXPANSIONSKURS

Die Devise der Firmengründer lautete stets: „Alles, was mit zu anfängt, taugt nichts.“ Zu viel ist nicht gut, zu wenig auch nicht, genau wie zu fern, zu nah, zu schnell oder zu langsam. Diesen Grundsatz beherzigten auch die nachfolgenden Generationen. Somit wuchs die Firma über die Jahrzehnte stetig, aber mit Bedacht. Heute ist Emons ein global agierender Transport- und Logistikdienstleister, der mehr als 100 Standorte weltweit betreibt, davon allein 55 in Deutschland. Mehr als 3.000 Mitarbeiter sorgen per Luft- und Seefracht, Straße und Schiene dafür, dass die Sendungen sicher von A nach B gelangen.

Mit ERC Emons-Rail-Cargo hat der Dienstleister eigene Container-Ganzzüge im Portfolio und betreibt den Schienenverkehr zwischen den Nord-

häfen und den Bundesländern Sachsen, Thüringen und Sachsen-Anhalt sowie mittlerweile die Terminals in Dresden und Schkeuditz/Leipzig. Vor anderthalb Jahren sicherte sich Emons die Mehrheitsanteile am langjährigen Partner Global Fairways mit vier Standorten in den USA plus einem Büro in Dubai.

## LOGISTIK FUNKTIONIERT NUR DIGITAL

26 Logistikzentren mit insgesamt 150.000 m<sup>2</sup> überdachter Lagerfläche garantieren den Kunden permanente Verfügbarkeit, Sicherheit und Schnelligkeit. Hier läuft alles digital, die Standorte sind vernetzt und werden zentral gesteuert. Bis 2020 plant Emons gleich drei neue Logistikanlagen. Weitere Investitionen sollen in die rasant zunehmende Digitalisierung und umweltschonende Fahrzeugflotte inklusive lebensrettender Assistenzsysteme fließen. Dass man bei Emons den Wandel zur Arbeitswelt 4.0 vollzieht, zeigt sich auch bei der Mitarbeitergewinnung. So betreibt die Personalabteilung – neben den üblichen Karriereseiten auf der Website – einen

[www.emons.de](http://www.emons.de)



offiziellen Ausbildungskanal auf Instagram. Das ist mobiles Recruiting passend zur jungen Zielgruppe.

#### **FAMILIENBETRIEB LEBT „EMONSIONALITÄT“**

Obwohl Emons zu den etablierten Firmen der Branche zählt, sieht man sich weiter als Familienbetrieb und agiert mit Kunden und Belegschaft auf Augenhöhe, Tenor: Hier ist man keine Nummer und jeder kennt deinen Namen. Ein menschliches Miteinander und Respekt gehören zur Unternehmenskultur. Ebenso wie Leistungsbereitschaft und der gemeinsame Wille, stets das Beste für die Kunden zu geben. Das schweißt zusammen und sorgt für die entsprechende „Emonsionalität“ am Arbeitsplatz. Überhaupt sieht sich keiner als Mitarbeiter, sondern als Emonsianer. Das hat Charme und zeugt von einer großen Identifikation der Mitarbeiter mit ihrem Unternehmen. In den Emons-Stories im Karriereportal geben einige der Emonsianer entsprechende Einblicke hinter die Kulissen ihres Arbeitsalltags.





## BVG BILDET AUS

# DIGITALE TALENTE ENTWICKELN

Er ist Wiederholungstäter: Nach seiner Ausbildung startete Manfred Füss seine Laufbahn 1996 als Techniker bei BVG in München. Nach gut 2,5 Jahren verließ er die Firma, erweiterte seinen beruflichen

Horizont und kehrte 2016 zurück. Seitdem verantwortet er das Personalmanagement. Ist seine Rückkehr ein Indiz dafür, dass BVG ein attraktiver Arbeitgeber ist? „Richtig, und das nicht mehr nur für erfahrene Fach- und Führungskräfte. Seit einiger Zeit bilden wir auch aus. Inzwischen haben wir drei Auszubildende im dritten Lehrjahr und im September 2020 fangen sieben weitere bei uns an“, sagt Füss. Lesen Sie, was neue Kandidaten/-innen bei BVG erwartet und aus welchem Holz sie geschnitzt sein sollen.

### AUSBILDUNG MIT ZUKUNFT

Fachinformatik, IT-Systemelektronik und Büromanagement sind die Bereiche, in die junge Talente bei BVG einsteigen können. Was muss man sich darunter vorstellen?

Die Ausbildung „Kaufleute für Büromanagement“ ist ein klassischer kaufmännischer Ausbildungsberuf. Unsere Auszubildenden lernen kaufmännische Aufgaben sämtlicher Abteilungen, wie Buchhaltung, Marketing, Vertrieb und Personal. Fachinformatiker lernen bei BVG hauptsächlich im Bereich IT-Services. Hierbei werden alle erforderlichen Tätigkeiten vermittelt, die für einen reibungslosen Geschäftsbetrieb hinsichtlich der elektronischen Arbeitsmittel nötig sind. Dazu zählen Server und

Client, Mobiltelefone, Drucker, Software Applikationen, Cyber-Abwehr, Lizenzmanagement, Backup-Systeme und Netzwerktechnik – für BVG selbst als auch für unsere Kunden.

IT-Systemelektroniker werden im Wesentlichen für den Einsatz als Servicetechniker in der Telekommunikation ausgebildet. Die BVG ist ein Systemhaus, das nicht herstellerebunden ist und daher auf individuelle Kundenanforderungen sehr gut eingehen kann. Je nach Anforderung und Vorliebe kommen IT-/TK-Systeme, unter anderem von Unify (ehemals Siemens), Mitel, Avaya oder Cisco zum Einsatz. Anspruchsvolle Applikationen runden das Portfolio ab und verdeutlichen, dass die Welten der Telekommunikation und Informa-

tionstechnologie längst zusammengewachsen sind. „Dies ermöglicht uns, den Auszubildenden ein sehr breites Spektrum der Kommunikationswelt zu vermitteln, was die beste Voraussetzung für eine spätere Spezialisierung ist.“

### ABITUR WÜNSCHENSWERT. HERZBLUT ELEMENTAR.

Gesuchte Bewerber/-innen haben im Idealfall Abitur oder Fachabitur, zumindest aber Mittlere Reife. Dabei schielt Füss gar nicht so sehr auf Top-Noten. „Entscheidender sind Neugier und die Begeisterung für digitale Themen. Wenn jemand einen Rechner komplett auseinandergebaut hat, nur um zu sehen, was dahintersteckt, passt das schon gut. Ist aber kein Muss! Eine gepflegte Erscheinung, höfliches und kunden-



orientiertes Auftreten und Teamspirit runden das Bild ab. Doch vor allem wünschen wir uns Herzblut und Engagement – sonst wird das nichts." Das hat der Ausbildungsleiter schon erlebt. Daher wünscht er sich von neuen Azubis, dass sie zuallererst herausfinden, ob das wirklich der Job ist, den sie erlernen und in den nächsten Jahren ausüben möchten. Wer sich sicher ist, den erwarten herausfordernde Aufgaben in der digitalen Welt mit viel Verantwortung und Perspektive.

#### SELBSTSTÄNDIG KUNDEN BETREUEN

Zunächst werden die Auszubildenden einem Bereich zugeordnet und durchlaufen später alle Abteilungen. So lernen sie die gesamte Belegschaft kennen und finden heraus, was ihren Neigungen und Talenten entspricht. Dabei steht ihnen ein Mentor zur Seite. Zunächst in Begleitung eines Teamleiters geht es raus zum Kunden, recht schnell übernehmen die Auszubildenden kleinere Projekte in Eigenregie. Reizvoll, aber auch fehleranfällig? „Fehler sind okay, daraus lernt man. Der Sprung ins kalte Wasser ist eine tolle Möglichkeit zu reifen. Außerdem haben die Auszubildenden immer ein Backup durch erfahrenes Personal“, erklärt Füss. Diese Art zu arbeiten setzt eine offene, kontaktfreudige und flexible Mentalität voraus. Haben fähige, aber eher introvertierte Persönlichkeiten bei BVG überhaupt eine Chance? „Ja, zum Beispiel als Fachkräfte bzw. Remotetechniker. Sie betreuen die Kunden vom Büro aus, greifen auf deren Rechner zu, passen Anwendungen an oder programmieren. Das klappt wunderbar.“

#### AUSSICHTEN? EXZELLENT!

Wer als Azubi bei BVG so früh Verantwortung übernimmt, kommt auch gleich in den Genuss eines Firmenwagens. Überhaupt sind die Perspektiven in der IT- und TK-Branche allgemein – und bei BVG im Besonderen – außerordentlich gut, auch vom Verdienst her. „Wir sind daran interessiert, junge Talente langfristig an unser Unternehmen zu binden. Geplant ist außerdem, die Bachelor- oder Masterarbeit bei uns schreiben zu können.“ Bislang waren die Ausbildungsplätze bei BVG auf das Stammhaus München beschränkt. Ab 2020 sollen in Köln und Bozen drei hinzukommen. Dafür müssen allerdings noch die Rahmenbedingungen geschaffen werden, damit an allen Standorten eine qualifizierte Ausbildung garantiert ist.

#### NACHGEFRAGT BEI:

**Adrian Rinkl**

(Auszubildender als Fachinformatiker)

*Was sind Ihre Aufgaben, was fordert und begeistert Sie bei Ihrer Arbeit?*

Verschiedene technische Projekte aus den Bereichen IT und TK, die sich immer häufiger überschneiden. Anfangs bekommt man viel Input und lernt sehr viel. Das Wissen wieder im richtigen Moment anzuwenden, fiel mir zu Beginn schwer. Das legt sich aber. Spaß macht, wenn ich schwierige Aufgaben am Ende doch gemeistert habe.

*Was war/ist das Wichtigste, das Sie bei BVG gelernt haben?*

Selbstbewusst zu sein und Verantwortung zu übernehmen.

*Was sollten Bewerber/-innen mitbringen, um bei BVG durchzustarten?*

Spaß an Technik und viel Humor, der Rest kommt von alleine.

*Wie stellen Sie sich Ihre Zukunft bei BVG vor?*

Man kann hier verschiedenste Wege einschlagen, derzeit orientiere ich mich noch. Aber egal, wofür ich mich entscheide, meine Kollegen bei BVG unterstützen mich in jeder Hinsicht.



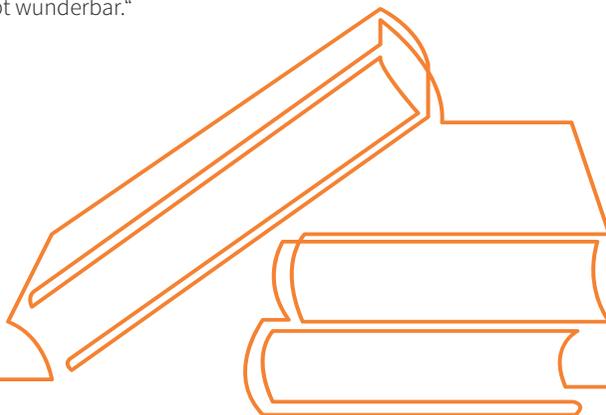
*Die BVG für Sie in in drei Worten:*

**MANNSCHAFT  
ENTGEGENKOMMEND  
FORTSCHRITT**

**DU HAST INTERESSE AN EINER AUSBILDUNG BEI BVG? DANN WENDE DICH AN:**

Manfred Füss, [job@bvg-systemhaus.de](mailto:job@bvg-systemhaus.de) oder lass dich finden auf [www.azubiyo.de](http://www.azubiyo.de)

**Übrigens:** BVG ermutigt ausdrücklich Mädchen bzw. junge Frauen, sich zu bewerben. Trau dich!



# 5 TIPPS

## DIGITALISIERUNG WEITER VORANTREIBEN

**Auf dem Himalaya gibt es 4G, beim Bauernhof um die Ecke nicht. Das ist leider immer noch die traurige Wahrheit und lässt, wenn es um Digitalisierung geht, am Fortschrittswillen Deutschlands zweifeln.**

Dabei sind doch angeblich alle begierig darauf, den Fortschritt voranzutreiben und nicht mehr zu digitalen Eckenhockern zu gehören. Allen voran die Bundesregierung, die in ihrem Koalitionsvertrag den flächendeckenden Ausbau mit Gigabit-Netzen bis 2025 ausrief. Stand heute ist davon noch nicht viel zu erleben, denn schon die flächendeckende Versorgung mit Breitbandanschlüssen im niedrigen Megabit-Bereich scheint nicht möglich. Ein Fortschritt ist laut einer Umfrage des TÜV Rheinland lediglich bei niedrigen Verbindungsraten von 6 Megabit pro Sekunde zu sehen. Bei höheren Geschwindigkeiten ist jeder vierte Haushalt „unterversorgt“. Besonders betroffen sind nach wie vor ländliche Regionen. Damit gehört Deutschland im internationalen Vergleich weiterhin zu den Schlusslichtern.

Wie passt das nun mit dem immer lauter werdenden Ruf nach digitalem Fortschritt und digitaler Zukunft zusammen? Wenn die Technologie schon nicht gegeben ist, wie steht es dann um den Wil-

len zur Digitalisierung? Wider Erwarten gut, trotz aller Hürden. Hier kommt den meisten Unternehmen die relativ gute Netzabdeckung in städtischen Gebieten zugute.

Die Trendstudie „Unterwegs zu digitalen Welten“ von Tata Consultancy Services (TCS) und Bitkom Research aus dem Jahr 2018 kommt sogar zu dem Schluss, dass in Deutschland drei von vier Unternehmen ab 100 Mitarbeitern die Digitalisierung positiv sehen.

Im Vergleich zum Vorjahr ist dieser Wert um zwei Prozentpunkte angestiegen. Die Aufgeschlossenheit zum Thema Digitalisierung zeigt sich dabei in vielen Bereichen. Neben dem Einsatz neuer Technologien wandeln sich auch interne Abläufe und Prozesse, neue Arbeitsmethoden werden genutzt und auch innovative Produkte und Services eingeführt. Wohl am deutlichsten zeigt sich der Wandel daran, dass fast die Hälfte der Unternehmen auf Change Management-Methoden oder die Anstellung

eines CDO (Chief Digital Officers) bzw. der Einrichtung einer Digital Einheit (29 %) setzt. Hier ist im Vergleich zum Vorjahr immerhin ein Plus von neun Prozentpunkten zu verzeichnen.

Diese Aufgeschlossenheit zeigt sich auch im Gesamtindexwert. Mit 67,6 Punkten liegt dieser für Deutschland rund fünf Punkte über dem von 2017. Fortschritte hat es demnach vor allem beim digitalen Angebot von kommunalen Verwaltungen und im Bereich Wirtschaft und Forschung gegeben.

Deutschland ist also auf einem guten Weg – wenn man von dem eher mittelmäßigen Netzausbau absieht.

Damit auch Sie in Zukunft die Digitalisierung in Ihr Unternehmen tragen können, möchten wir Ihnen im Folgenden fünf Tipps geben.

## TECHNIK OPTIMAL EINSETZEN

Skeptiker werden Sie nicht gleich überzeugen können, aber langfristig holen Sie auch diese ins Boot, wenn Sie ihnen zeigen, wie viel Zeit und Aufwand sich mit der richtigen Technik einsparen lässt. Nehmen Sie die leidigen Meetings als Beispiel. Wieviel Zeit verbringen Sie im Auto oder auch in der Bahn, um zu Meetings zu fahren. Und sind sie einmal angekommen, sehen viele Mitarbeiter dieses Zusammensein als verschwendete Zeit an.

Eine Studie im Auftrag von Sharp Electronics unter 8.044 Büroangestellten in KMU in Deutschland zieht hier eine deutliche, aber ernüchternde Bilanz: 16,5 Stunden pro Monat verbringen wir in Meetings, die als langweilig und ineffektiv empfunden werden.

Acht von zehn Arbeitnehmern gaben an, dass sie an ihrem Arbeitsplatz deutlich produktiver seien. Mehr als die Hälfte der Teilnehmenden sagte, dass ihre Meetings meist nicht zu klaren Ergebnissen führten (55 %) und überdies langweilig seien (54 %).

Zu erklären sind diese Ergebnisse vor allem durch einen Mangel an Vielfalt und Flexibilität. Denn die meisten Besprechungen laufen nach dem gleichen Schema ab und vielfach sind auch keine geeigneten Räumlichkeiten verfügbar, die andere Besprechungsformate unterstützen.

Oftmals ist zudem die Ausstattung in den Meetingräumen veraltet. Nur knapp jeder Fünfte (21 %) nutzt moderne Whiteboards zum Informationsaustausch.

Von optimal eingesetzter Technik oder neuen Arbeitsmethoden kann in vielen Unternehmen also nicht die Rede sein. Nutzen Sie also die Gelegenheit und werden Sie zum digitalen Vorreiter. Statt des hundertsten langweiligen Meetings setzen Sie eine Videokonferenz an und ermöglichen Sie es Ihren Mitarbeitern, auch per Videochat und anderen Kollaborations-Werkzeugen zu arbeiten. Sie werden sehen, die Produktivität wird mit der Motivation der Mitarbeiter deutlich ansteigen.

## DIGITALISIERUNG BEGINNT IM KOPF

Digitalisierung fängt nicht mit der Anschaffung neuer Geräte und Technik an. Sie fängt im Kopf an – und zwar im Kopf der Entscheider und Manager. Wenn Hans Meyer aus der Produktion oder Herr Schmidt aus dem Vertrieb gerne die digitale Kommunikation vorantreiben möchten, dann ist das löblich und steckt mit Sicherheit auch einige Kollegen an. Aber es wird wahrscheinlich kaum dazu führen, dass sich Prozesse oder Methoden im Unternehmen ändern, sofern Meyer und Schmidt nicht auch die Geschäftsleitung überzeugen.

Ist das Management auch aktiv, heißt es umdenken, informieren, Know-how sammeln und auf die eigene Situation übertragen. Denn auch wenn es viele innovative Tools und Methoden gibt, die die Digitalisierung bereit hält, nicht jedes ist für jeden geeignet. In kleineren Unternehmen kann dies innerhalb eines internen Workshops geschehen. Bei größeren Unternehmen kann es ratsam sein, einen externen Berater hinzuzuziehen. Dieser analysiert die aktuelle Kommunikationsinfrastruktur, erarbeitet gemeinsam mit einem Team aus verschiedenen Bereichen, welche Anforderungen an das „neue Arbeiten“ gestellt werden und entwickelt anhand dieser Angaben ein Konzept für die Digitalisierung.

Steht einmal der Fahrplan, heißt es, diesen ins Unternehmen zu tragen und offen für die Veränderung zu sein. Denn nur wer sich traut, kommt weiter. Dies kann durch die Geschäftsleitung selbst angestoßen werden oder Sie stellen ein Digitalteam zusammen. Achten Sie dabei darauf, dass die Mitglieder aus möglichst unterschiedlichen Bereichen und Hierarchieebenen Ihres Unternehmens kommen.

## NEUES WAGEN

Alles Denken ist also umsonst, wenn es nicht umgesetzt wird. Hierzu braucht es gute Planung und auch Mut. Als Entscheider ist es Ihre Aufgabe, Mitarbeiter und Kollegen zu überzeugen und den Plan auch in die Tat umzusetzen. Entscheiden Sie, womit Sie anfangen. Überfallen Sie nicht gleich alle Abteilungen damit, alle Kommunikationswerkzeuge umzustellen und eine Fülle an Kollaborationstools einzusetzen. Suchen Sie sich zunächst einen Teilbereich aus und planen Sie die Einführung, wie Sie es auch bei jedem anderen Projekt machen. Je nach Größe des Unternehmens ist es sinnvoll, eine Pilotgruppe auszuwählen und diese zunächst das Tool oder die Methode testen zu lassen, ehe der Rollout in das gesamte Unternehmen beginnt.

Sie werden wahrscheinlich die Erfahrung machen müssen, dass es immer wieder „Never change a running system“-Kollegen gibt, die Änderungen sehr skeptisch gegenüberstehen. Nutzen Sie die Motivation der anderen Mitarbeiter und Ihren Enthusiasmus, um diese langfristig zu überzeugen.

## STELLEN SIE DEN KUNDEN IN DEN VORDERGRUND

Nicht nur die Mitarbeiter sind im Themenfeld Digitalisierung wichtig.

Ein Erfolgsfaktor, der nicht unterschätzt werden darf, ist der Kunde. Bei allen Bemühungen, Ihre Kollegen und Mitarbeiter von der Digitalisierungsarbeit zu überzeugen, dürfen Sie ihn nicht aus den Augen verlieren. Im Gegenteil, stellen Sie den Kunden in den Vordergrund.

Es ist eine große Stärke des deutschen Mittelstands, dass er die Nähe zum Kunden pflegt. Diesen Vorteil gilt es zu nutzen und das vorhandene Netzwerk in die Digitalisierungsbemühungen zu integrieren. Wo stehen Sie, wo stehen Ihre Kunden und wie können Sie beide von der Digitalisierung profitieren?

Die Evaluierung von Supportanfragen oder auch Beschwerden, so wenige es auch hoffentlich sein mögen, kann hier hilfreich sein. Was wünschen sich die Kunden? Einen Support-Chat, schnellere Beantwortung der E-Mails oder persönlichere Ansprache? Schon eine kurze Umfrage nach einem Telefonat kann hier Antworten geben. Für die meisten Wünsche der Kunden braucht es vielleicht keine komplette Planung und Umsetzung der Customer Journey, sondern nur die Ausnutzung der schon vorhandenen technischen Möglichkeiten. Langfristig gilt es jedoch zu überdenken und auch zu planen, wie man die neu gewonnenen digitalen Möglichkeiten und Tools zur Optimierung der Customer Experimente optimal einsetzen kann.

## LEBEN, NICHT REDEN

Kollegen überzeugen, Technik richtig einsetzen und den Kunden einbeziehen, das ist sicher wichtig und bildet die Grundpfeiler einer erfolgreich umgesetzten Digital-Strategie. Seine komplette Arbeitsweise allerdings umzustellen und die Digitalisierung auch wirklich zu leben, das ist die Königsdisziplin.

Weg vom Stundenzählen und 9-to-5 hin zu ergebnisorientiertem Arbeiten und Arbeitsumgebungen, die auch wirkliche Produktivität zulassen. Das neue Arbeiten oder auch Arbeiten 4.0 etabliert sich immer mehr und dadurch verschiedene neue Arbeitsmethoden. In einer digitalen Welt sollte es obsolet sein, jeden Tag acht oder mehr Stunden an seinem Schreibtisch zu sitzen. Viele Unternehmen haben das bereits erkannt und bieten ihren Mitarbeitern an, mobil zu arbeiten oder auch teilweise im Homeoffice. Im Büro haben triste Großraumbüros ausgedient und wurden ersetzt durch verschiedene Arbeitsbereiche, die je nach Ausstat-

tung unterschiedliche Aktivitäten zulassen. Da gibt es Meeting-Zonen und Huddle-Rooms für Videomeetings. Kleine Räume für das ungestörte Telefonieren, Zonen zum Relaxen und für einen kurzen Schnack beim Kaffee. Activity based working hat Einzug in die Unternehmen gehalten und wird in hohem Maße positiv aufgenommen.

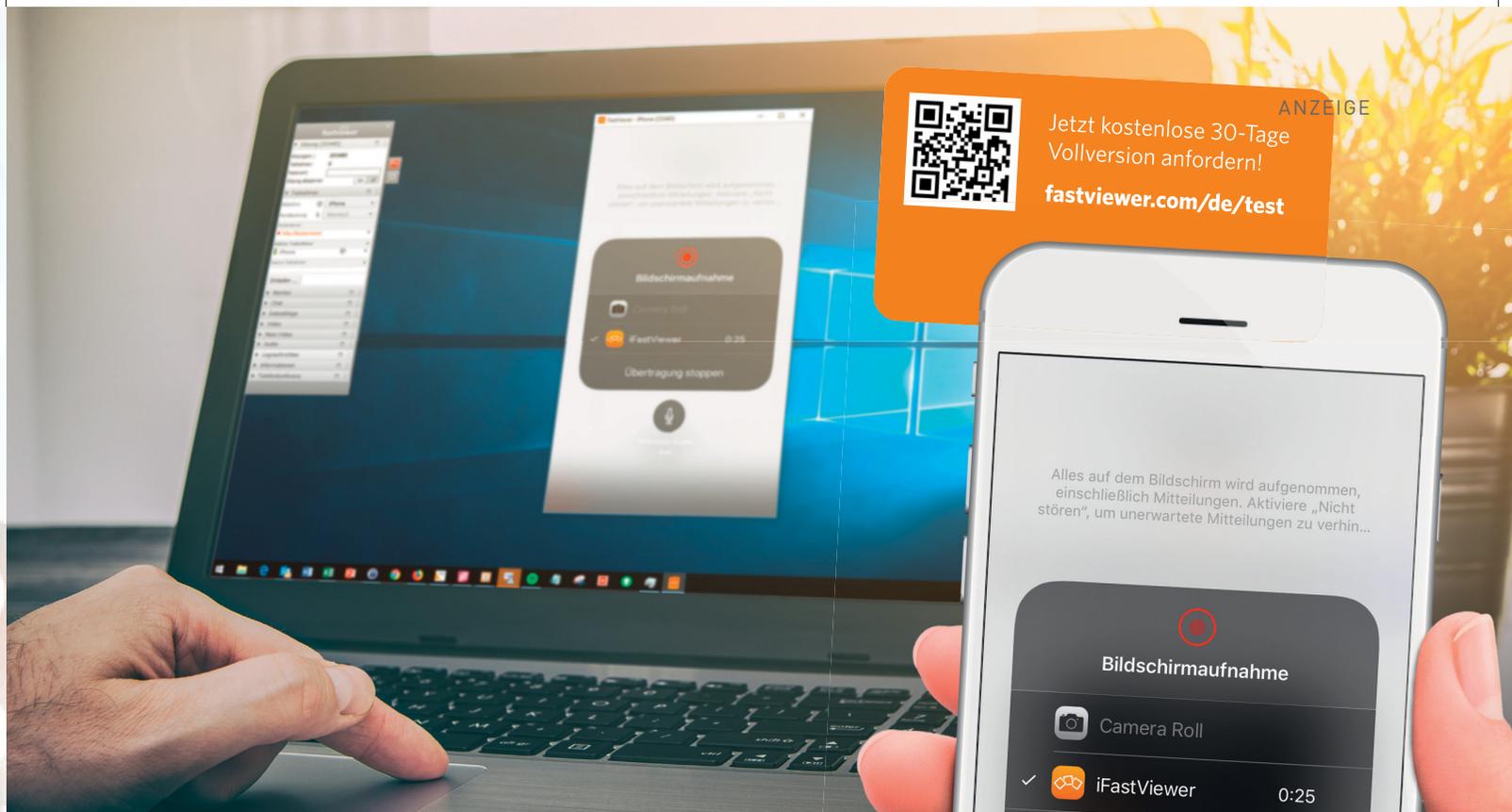
Für welchen Ansatz Sie sich auch entscheiden – den großen Rundumschlag oder auch zunächst einmal die Umsetzung eines kleinen Teilprojekts: Nehmen Sie die Hürden wahr, die Sie vielleicht vorfinden, und überwinden Sie sie. Suchen Sie sich Mitarbeiter innerhalb Ihres Unternehmens oder auch externe Berater, die Ihnen zur Seite stehen und mit Ihnen die Digitalisierung in Ihr Unternehmen tragen möchten.

[www.aixvox.com](http://www.aixvox.com)

## WEG VOM STUNDENZÄHLEN HIN ZU ERGEBNISORIENTIERTEM ARBEITEN



DETLEV ARFELT  
GESCHÄFTSFÜHRER DER AIXVOX GMBH



ANZEIGE

Jetzt kostenlose 30-Tage  
Vollversion anfordern!

[fastviewer.com/de/test](https://fastviewer.com/de/test)

## Teilen Sie Ihren iOS Screen mit allen Meeting-Teilnehmern

Online-Konferenzen und -Support gehören heutzutage zum ganz normalen Arbeitsalltag und Service vieler Unternehmen. Was aber wenn Sie unterwegs sind, keinen Laptop zur Hand haben, aber dennoch an einem wichtigen Online-Meeting teilnehmen müssen? Oder aber Sie haben Probleme mit Ihrem Smartphone und benötigen unterwegs schnelle Hilfe?

Mit der App von FastViewer haben wir dafür eine Lösung. Starten Sie ganz einfach über Ihr Smartphone oder Tablet eine Online Sitzung oder nehmen Sie daran teil. Mit der neuen Screen Sharing Funktion für Ihre Apple Devices haben Sie jetzt sogar die Möglichkeit, Ihren Displayinhalt mit einem Support-Mitarbeiter in Echtzeit zu teilen, der Ihnen sofort helfen kann. Und dies ganz egal wann oder wo Sie sich gerade befinden.

Absolut flexibel, einfach und vor allem sicher! Laden Sie sich gleich die FastViewer App kostenlos über den Apple AppStore oder Google Play Store herunter und überzeugen Sie sich selbst.

**Online-Meetings und Fernwartung. Einfach & sicher.**

*Ihre umfangreiche All-in-One Lösung für Online-Meetings, Präsentationen, Webinare sowie Remote-Support und Fernwartung unbeaufsichtigter Geräte.*

-  Flexible Nutzung – jederzeit und überall!
-  All-in-One Adhoc und Remote Support
-  Individuelle Anpassung und Integration

-  Einfache und schnelle Online-Meetings
-  Sichere End-to-End Verbindungen
-  Mehrfach ausgezeichnet und zertifiziert

  
**fastviewer**

[www.fastviewer.com](https://www.fastviewer.com)

SANDRA BERGKNECHT

# DEN RICHTIGEN TON TREFFEN

Seit 2013 ist Sandra Bergknecht Account-Managerin im Bereich Sales in der BVG-Niederlassung Köln. Sie betreut Bestandskunden in Mittel-, Ost- und Norddeutschland mit dem Fokus Unified Communications. Kundenmanagement ist immer auch Beziehungsmanagement, heißt: Ihr Job erfordert die passenden Qualifikationen aus dem IT-Umfeld und gleichzeitig emotionale Intelligenz. Sie ist also für BVG das, was Commander Deanna Troi für die Besatzung des Raumschiffs Enterprise war: Wegen ihrer Empathie war Troi Schiffs-Counselor und unterstützte Crew, Kapitän und Passagiere in schwierigen Lebenslagen. Ein passender Vergleich: Schließlich vermittelt Sandra Bergknecht zwischen Vertrieb und den Kunden und „sorgt für eine Grundzufriedenheit“.



„Ich finde es spannend, sich immer wieder in neue technologische Szenarien reinzudenken, agil zu sein und Kunden sowie deren Unternehmensstrukturen zu verstehen. Daraus individuelle digitale Kommunikationslösungen zu erarbeiten, die Unternehmer, Mitarbeiter und das Business voranbringen, macht den Reiz unserer Arbeit aus“, erklärt Sandra Bergknecht. Die Zeiten der Kistenschieber seien vorbei. Heute reiche es nicht, den Kunden Computer oder Telefone auf den Tisch zu stellen und dann tschüss! Nicht die Hardware oder die vor Ort installierte Software (On-Premise) sind die Lösung. Es sind ganzheitliche Konzepte, die zum Beispiel UCC, Cloud, Desksharing, Kommunikation per Video und mobile Devices integrieren.

#### EMOTIONAL VERMITTELN

„Viele Menschen fühlen sich vom digitalen Wandel und New Work überrollt und laufen hinterher. Das Consulting ist somit eine Schlüsselfunktion. Dabei möchte ich die Kunden mental abholen und mögliche Bedenken aus dem Weg räumen. Etwa, indem ich ihnen den Mehrwert auf einer emotionalen Ebene vermittele: Unsere Lösungen steigern Effizienz und Produktivität sowie Kunden- oder Mitarbeiterzufriedenheit“, erklärt Bergknecht.

Ihre Begeisterung und ihr Gespür für Menschen kommt nicht von ungefähr. Als Kind von gehörlosen Eltern hat die sympathische Blondine sehr früh gelernt, Stimmungen wahrzunehmen, Emotionen richtig zu deuten und zwischen der Stille zu lesen. „Die Gebärdensprache geht nicht so tief in die Kommunikation, manches wird vereinfacht dargestellt. Da musste ich schon genau hinschauen, mich konzentrieren und auf das Wesentliche fokussieren. Heute kommt mir das bei meiner Arbeit mit den Kunden zugute.“ Sprechen gelernt hat sie im Kindergarten und von ihrer Großmutter. Sandra Bergknecht hat noch ein ganz anderes Talent: das Singen.

# LIKE THE WAY I DO

Bereits im Kindergarten, Kirchenchor und in der Schule fiel Sandra mit ihrem gesanglichen Können auf. Schnell übernahm sie die erste Stimme. Über die Jahre wurden aus den Kirchenliedern Rockklassiker. Mit ihrer Coverband Old Stars Revival ist sie schon mehrfach aufgetreten. Der Name ist Programm und sie als „Rockröhre“ zu bezeichnen kein Klischee: Mit ihrem angerauten Mezzosopran schmettert Sandra Hits von Tina Turner, Joan Jett oder Golden Earrings legendäres „Radar Love“ und reißt das Publikum mit. Besonders ergreifend ist ihre Interpretation von "Like the way I do" (Melissa Etheridge). Gänsehaut garantiert. Bei der letzten BVG-Firmenveranstaltung hatte Sandra Bergknecht ihr Talent bereits unter Beweis gestellt. In jedem Fall möchte die BVG-Mitarbeiterin ihre Leidenschaft für die lauten Töne forcieren. Vielleicht auch, weil es in ihrem Elternhaus immer so still war... wer weiß?

Die Frage, ob sie einen Ausgehtipp für Köln hat, muss Sandra Bergknecht verneinen, da sie nur beruflich dort ist. Aber da fällt ihr ein: „Seit dem Frühjahr fährt die Kölner Seilbahn wieder nach zweijähriger Zwangspause. Am Zoo oder Rheinpark in die Gondeln steigen und über den Rhein schweben, macht bestimmt Laune.“ Genau wie ihre Musik.



# INNER CIRCLE FÜR DESIGNFANS UND MODERNE CITYNOMADEN

25hours Hotels stehen für eine individuelle Hotellerie mit Persönlichkeit und Flair. Konzipiert für kosmopolitische und markenbewusste Reisende, die Wert auf ein ausgefallenes und stilvolles Interior legen. Aktuell sind es neun Standorte und jeder überrascht den Gast mit einer anderen Designwelt. The Circle in Köln im ehemaligen Gerling-Quartier beeindruckt allein schon durch seine spektakuläre Architektur im Kreis. Wo einst Versicherungen abgeschlossen wurden, genießen heute urbane, anspruchsvolle Touristen einen einzigartigen Retro-Futurismus und den Panoramablick übers Friesenviertel.

## MONUMENTALES VERSPRECHEN

Schon von außen ist der 8-geschossige Rundbau mit dem „ausgeschnittenen“ Gebäudeteil ein imposanter Anblick. Die verbliebenen Seiten rechts und links um den Eingangsbereich wirken wie gigantische Flügel und ragen fensterlos in den Himmel. Das Monumentale des denkmalgeschützten Bauwerks mit der markanten Fassade schraubt die Erwartungen hoch. Ortner & Ortner Baukunst (Berlin, Wien und Köln) haben das ehemalige Gerling-Verwaltungsgebäude behutsam und mit viel Liebe zum Detail revitalisiert, im August 2018 wurde The Circle eröffnet. Innen empfängt den Gast ein außergewöhnli-

ches Gestaltungskonzept, das 25hours gemeinsam mit dem Berliner Kreativteam Studio Aisslinger entwickelt hat. Die großzügige Schalterhalle des ehemaligen Versicherungskonzerns wurde zur Lobby umgestaltet. Edler Marmor kennzeichnet die Bereiche für Rezeption und Concierge-Service. Café und Coworking-Spaces laden zum Relaxen und entspannten Arbeiten ein. Überall sorgen Loungezonen und außergewöhnliche Rauminszenierungen dafür, dass man sich hier wohlfühlt.



**URBANE RÜCKZUGSORTE MIT KULTFAKTOR**

Die 207 Zimmer sind als urbane Rückzugsorte mit gegensätzlichen Welten konzipiert – verspielter Retrostil trifft auf fantasievolle Zukunftsutopie. Manche Details überraschen: So liegen die Badezimmer hinter den Betten und bieten während der Dusche einen Blick aufs Viertel. Weitblick hat man auch in der 7. Etage bei einem entspannten Saunagang. Im Foyer sorgen ein kuratierter 25hours-Shop sowie der Record Store mit Vinylplatten und ein gut sortierter Kiosk vom Taschen Verlag für bleibende Erinnerungen an den Aufenthalt im The Circle. Das Konzept kommt an: Bereits mit dem als „Hotelmobilie des Jahres“ ausgezeichneten Standort in Berlin sorgen die 25hours-Betreiber und Werner Aisslinger für Furore. Neben Berlin und Zürich ist The Circle Aisslingers drittes Hotelprojekt. Der Produkt- und Interior-

designer prägte bereits das Branding von Adidas, de Sede, Cappellini, Foscari, FSB, Moroso, Vitra oder Zanotta. Viele seiner Entwürfe werden in Museen gezeigt.

**DINNER ÜBER DEN DÄCHERN DER DOMSTADT**

Hotelgäste erwartet mit dem Restaurant NENI ein weiteres Highlight im Wortsinn: Im aufgesetzten Staffelgeschoss im 8. Stock trifft man sich zum orientalischen Lunch oder Dinner. Durch bodentiefe Fenster und von der umlaufenden Terrasse aus genießen Gäste von jedem Platz das Panorama über die City. Die im Rundbau gegenüberliegende Monkey Bar ist der angesagte Treffpunkt für alle, die Klönen und ungezwungene Kontakte im stilvollen Ambiente lieben. Am Tresen und im Loungebereich genießen die Gäste gepflegte Longdrinks, Cocktails oder auch ein Kölsch.

**MOBILITÄT FÜR JEDEN BEDARF**

Im 25hours ist auch MINI zu Hause. Nach Verfügbarkeit steht die kleine Wagenflotte kostenfrei für Citytouren bereit. Mobilität auf zwei Rädern ist ebenfalls vorhanden: In Zusammenarbeit mit dem Radhersteller Schindelhauer werden Bikes für kürzere Strecken vermietet. Ein von Tourprofis zusammengestelltes Streckenprofil zeigt die schönsten Routen durch Köln. Und wer sich das „Veedel“ per Pedes erschließen möchte, findet in der Joggingcorner alles Wichtige.

[www.25hours-hotels.com](http://www.25hours-hotels.com)





## Raus aus der Unternehmensblase

Start-ups, Kreative, Selbstständige, aber auch immer mehr Unternehmen verlassen ihre Komfortzone und treffen sich in Co-working Spaces. Hier durchbrechen sie ihre Routinen und Denkmuster, praktizieren agiles Arbeiten und Netzwerken. Um dieses spannende Zukunftsthema drehte sich die Coworking Konferenz & Barcamp vom 22. bis 24. März 2019 in Mannheim. Bei dem Get-together trafen Kollaborateure aus aller Welt, Betreiber führender Coworking Spaces aus der DACH-Region und führende Experten zusammen. BVG Communication Technologies und Partner Unify sponserten das Event gemeinsam mit Circuit. BVG-Mitarbeiter Thomas Schleich hat sich auf der Konferenz umgesehen.

### WISSEN TEILEN ANSTATT WISSEN IST MACHT

Coworking und ihre Spaces sind der Katalysator für das neue Arbeiten 4.0: Personen, zumeist aus der Digitalbranche, treffen zusammen, arbeiten unabhängig oder gemeinsam an diversen Projekten, tauschen sich aus und unterstützen sich mit ihrer Expertise und ihren Kontakten. Hier geht es um mehr, als ein paar Büros mit Tischen, Stühlen, Kaffeeküche und WLAN bereitzustellen. Nämlich darum, alte Strukturen zu durchbrechen, um so räumliche, organisatorische Flexibilität und denkerische Freiheit zuzulassen. „Dahinter steht ein Mindset, das etablierte Unternehmen sich von den Start-ups und der Kreativbranche abschauen sollten“, findet Thomas Schleichbach.

Motto: Nur, wer Erkenntnisse teilt, gewinnt auf Dauer. Darin waren sich alle der rund 150 Teilnehmer der Coworking Konferenz & Barcamp einig. Veranstaltungsort war übrigens das 2015 eröffnete C-HUB. Die Kreativschmiede am Verbindungskanal sieht sich selbst als das „Zentrum für Mannheims neue Arbeiterklasse“. Mit 5.000 m<sup>2</sup> Fläche bietet sich hier genug Raum und Inspiration für temporäres kreatives Schaffen.

### IDEEN GENERIEREN IM BARCAMP

Wertvollen Input zogen die Teilnehmer auch aus den verschiedenen Barcamp-Sessions rund um die Zukunft des Arbeitens. „Barcamps unterscheiden sich deutlich von klassischen Konferenzen. Es gibt keine gebuchten Referenten oder Experten, sondern die Teilnehmer stellen selbst ein gemeinsames Programm auf“, erklärt Schleichbach. Am Samstagmorgen planten die Teilnehmer die Sessions und entschieden per Handzeichen, welche Themen vorgestellt werden. Danach hatte jeder Vortragende 60 Minuten Zeit – ob Diskussionsrunde, Vortrag oder Workshop.

„Ich bin von dem Format begeistert, denn hier geht es um Wissensvermittlung auf Augenhöhe“, sagt Schleichbach. Der IT-Consultant und Experte für Social Collaboration & Communication baut selber Brücken in Sachen digitaler Kommunikation und Wissensmanage-

ment. So organisiert er gemeinsam mit Circuit virtuelle Barcamps bzw. Meetups zum Thema Working Out Loud (WOL) und der Zukunft der Arbeit. Circuit bietet Sprache, Video, Screen-Sharing, Chat und Dateifreigabe. Damit funktioniert Social Collaboration auf hohem Niveau. In zwei Sessions am Sonntagmorgen berichtete Schleichbach über seine Erfahrungen und die Vorteile und demonstrierte, wie man virtuelle Barcamps einrichtet und abhält.

### COWORKING NIMMT FAHRT AUF

Die ersten Coworking Spaces entstanden Ende der 1990er im Silicon Valley. Andere Stimmen behaupten, der Ursprung liege in New York. Damals waren es insgesamt vielleicht 20 Locations. Bis heute sind weltweit rund 19.000 Coworking Spaces aus dem Boden geschossen und bis 2020 sollen es 26.000 sein. Auch der deutsche Markt boomt.



### WISSENSVORSPRUNG DURCH WOL

Auch WOL ist wegweisend beim digitalen Lernen und Arbeiten. (Über Working Out Loud berichtete BVG UNVERKENNBAR in der Berlin-Ausgabe 2018, S. 6). „Der Gedanke hinter WOL ist, Wissen zu teilen und die eigene Arbeit sichtbar zu machen, damit alle davon profitieren“, sagt Schleichbach. Die Idee geht zurück auf den Gründer und Keynote Speaker John Stepper, der mit Social Collaboration eine ganze Bewegung ins Rollen gebracht hat. Unternehmen wie Bosch, Continental, Daimler, Siemens und andere Großkonzerne praktizieren bereits erfolgreich WOL. „Somit waren die Barcamps auf der Coworking Konferenz in Mannheim WOL im besten Sinne“, so das Fazit von Thomas Schleichbach.

Laut einer Studie von 2018 (Survey) gibt es hier mehr als 500 Coworking Spaces und es werden täglich mehr. Das macht Sinn: Die Bürokonzepte für alle ermöglichen nicht nur eine effiziente und kooperative Art des Arbeitens. Vielmehr ersparen sie Investitionen in eigene Räumlichkeiten, halten die Fixkosten gering und bieten zudem flexible Vertragslaufzeiten.

**Auf Twitter:**  
 @tschleichbach @CircuitHQ  
 @NetzAndWork @WOLonlineDE

**Im Netz:**  
[www.netzandwork.de](http://www.netzandwork.de) [www.workingoutloud.com](http://www.workingoutloud.com)  
[www.coworking-konferenz.de](http://www.coworking-konferenz.de) [www.c-hub.de](http://www.c-hub.de)

# WIE SICHER IST REMOTE SOFTWARE?

Für Privatanwender ist es ein Alptraum, für Unternehmen kann es zur Katastrophe werden: Wenn Hacker in Rechner und Netzwerke eindringen, sind die Folgen unabsehbar. Deshalb haben wir, von FastViewer, uns von Anfang an ein großes Ziel gesetzt: Datensicherheit hat höchste Priorität. Wie wichtig das ist, zeigt das Eindringen einer Hackergruppe in das Netz eines anderen Anbieters.

Direktverbindungen zwischen Computern sind aus den meisten Unternehmen nicht mehr wegzudenken. Die Funktionalitäten umfassen ein breites Spektrum von der Steuerung von Geräten, Fernwartung und Online-Support über Online-Meetings bis hin zu Präsentationen und Webinaren. Doch wo Daten im Spiel sind, ist die Frage nach der Sicherheit nicht weit. Eben dieses Thema haben wir uns explizit auf die Fahnen geschrieben. Höchste Sicherheitsansprüche sind attraktiv und zwingende Voraussetzungen für viele Kunden, sei es ein großer Reifenhersteller,

ein Steuerungssoftware-Anbieter, Banken und Behörden oder Unternehmen im Gesundheits- und Medizinbereich.

## KEIN PASSWORT IN DER CLOUD

Aber wie schützt FastViewer die Daten seiner Kunden? Wir haben hierzu erhebliche Vorkehrungen auf verschiedenen Ebenen getroffen, um Hackerangriffe abwehren zu können. Zwei große Unterschiede zu Mitbewerbern sind es, die ein Höchstmaß an Sicherheit ermöglichen: Bei uns können Kunden die gesamte Kommunikation über eigene Serverlösungen abwickeln. Das heißt:

Weder Benutzernamen noch Passwörter landen in der Cloud und sind somit dem externen Zugriff grundsätzlich entzogen. Alternativ kann der Datenverkehr über Server in hochsicheren Rechenzentren abgewickelt werden. Dabei kann seitens des Kunden gewählt werden, ob die Server-Standorte weltweit, in Europa oder ausschließlich in Deutschland sind.

Der zweite Trumpf in Bezug auf die Sicherheit: FastViewer arbeitet mit einer echten Ende-zu-Ende Verschlüsselung. Das bedeutet, bei uns schwirren die



Daten nie unverschlüsselt im Internet herum. Für jede Sitzung wird außerdem ein eigenes Kennwort definiert. Selbst wenn jemand ein Passwort wüsste, wäre es für die nächste Session nutzlos. Dazu kommt eine weitere Sicherheitsschleuse: Bei der Remote-Funktion kann zusätzlich mit der Zwei-Wege-SMS-Authentifizierung der Zugang zur Computerverwaltung gesichert werden. Eine Übersicht über jeden einzelnen Zugriff ist zudem in einem umfangreichen Verbindungslog gespeichert.

#### GLEICHE FUNKTIONEN, MEHR SICHERHEIT

Bisher achteten viele Anwender vor allem darauf, dass eine Software-Lösung gut funktioniert, praktisch zu handhaben ist und eine elegante Benutzeroberfläche hat. Doch zunehmend treten andere Punkte in den Fokus. Damit rücken Anbieter ins Blickfeld, die Sicherheit und Vertrauen zur Priorität gemacht haben. Ein großer Vorteil von FastViewer: Neben der Sicherheit haben wir die individuellen Bedürfnisse professioneller Anwender im Blick. Wir arbeiten projektorientiert und imple-

mentieren unsere Lösungen passgenau in das System der Kunden. Das beginnt zum Beispiel beim Corporate Design, geht aber weit darüber hinaus.

Anwendungsbeispiel Steuerungssoftware: Da in diesem Bereich die Daten extrem sensibel sind, haben wir einen Sicherheitsworkflow implementiert, bei dem minutiös mehrstufige Sicherheitsüberprüfungen umgesetzt werden. So hat der Kunde die bestmögliche Kontrolle, sowohl über die eingehenden Daten, als auch über die Sicherheit der eigenen Systeme.

Ein weiteres Beispiel ist die Maschinensteuerung per Remote in einer Produktionsanlage: Sie ist so konfiguriert, dass Techniker weltweit erstellte Fehlerprotokolle automatisiert über bestimmte Zeiträume erhalten.

#### INFORMATIONSTECHNOLOGIE IST RISIKOBEHAFTET – VORKEHRUNGEN TREFFEN

Funktionalität, Sicherheit, absolute Verlässlichkeit: Diese Werte sind nirgendwo so wichtig wie in der hochentwickeltesten, aber auch risikobehaftetsten Informationstechnologie. Schon kleinste Risse in der Sicherheitsarchitektur können fatale Folgen haben. Die Netzwerk- und Fernsteuerungstechnologie als potenzielles Einfallstor für Angreifer sollten deshalb vor allem professionelle Anwender mit größter Sorgfalt sichern und jedes Risiko vermeiden.

[www.fastviewer.com](http://www.fastviewer.com)



### Jan Hickisch, Geschäftsführer FastViewer

Die FastViewer GmbH mit Sitz in Neumarkt ist einer der führenden Anbieter innovativer Online-Kommunikations-Lösungen für Online-Meetings und Fernwartung. Die in puncto Sicherheit und Datenschutz zertifizierten Lösungen sind mittlerweile bei über 7.000 Kunden weltweit im Einsatz. Wir arbeiten mit Leidenschaft daran, den Arbeitsalltag zu erleichtern, Reisekosten und -zeit einzusparen und über globale Grenzen hinweg Kommunikationswege zu schaffen.

ANZEIG

Alles sehen.  
Alles hören.



**Jabra** GN

Jabra PanaCast

**Für Sie entwickelt:** Jabra PanaCast – die weltweit erste intelligente 180°-Panorama-Plug-and-Play-Videolösung in 4K-Auflösung\*

\*Siehe [Jabra.com.de/commercial-claims](http://Jabra.com.de/commercial-claims)



**GN** Making Life Sound Better  
FOR 150 YEARS



# THOMAS SCHLEBACH

## NETZWERKER AUS LEIDENSCHAFT

Seit dem Jahr 2014 ist Thomas Schlebach bei der BVG Communication Technologies GmbH in dem Bereich Collaboration & Communication als Consultant tätig. Hier prägt er die strategische Ausrichtung von Kommunikationskonzepten und Vernetzung maßgeblich mit. Sein Engagement reicht weit über das Berufliche hinaus. Thomas Schlebach ist Netzwerker aus Leidenschaft. Seit vielen Jahren begleitet und bestimmt das Thema seine persönliche und berufliche Entwicklung.

### Was ist es, das ihn daran so fesselt?

„Die Digitalisierung verändert auch die Arbeitswelt grundlegend. Früher arbeiteten Teams regelmäßig am selben Standort zur selben Zeit zusammen. Heute löst sich diese starre Struktur zunehmend auf. Mitarbeiter arbeiten räumlich und zeitlich unabhängig voneinander, verbunden durch sogenannte Social Collaboration Plattformen. Doch diese neue Welt erfordert auch ein Umdenken beim einzelnen Mitarbeiter“, erklärt Thomas Schlebach. Seit 15 Jahren widmet sich Thomas Schlebach beruflich und privat der vernetzten Zukunft des Arbeitens. Der gebürtige Aachener begann seine Karriere im Jahr 2004 in Stuttgart bei der Siemens-Tochter Cycos AG, wechselte dann betriebsintern nach Hamburg, wo er für das inzwischen in Unify umbenannte Unternehmen als Consultant für Communication und Collaboration tätig war. Im Jahr 2014 schließlich begann Thomas Schlebachs Engagement für die BVG Communication Technologies in München.



### BEGEISTERT DAVON, SICH IMMER WIEDER NEU ZU ERFINDEN

Thomas Schlebach verkörpert einen Archetyp des vernetzten Mitarbeiters von morgen: agil, offen für Veränderung, anpassungsfähig und vor allem kommunikativ. „Genau diese Kompetenzen sind essenziell. Mein Lebenslauf zeigt, wie mächtig Netzwerken für die persönliche Entwicklung und für Unternehmen sein kann. Doch leider werden heutzutage oftmals Social Collaboration Plattformen installiert, ohne die Menschen dahinter richtig abzuholen. Mein Ziel ist daher auch, HR-Verantwortliche für das Thema zu sensibilisieren. Denn überholte Arbeitskonzepte setzen dem Fortschritt noch immer Grenzen.“ Das Problem der überholten Arbeitskonzepte spiegelt laut Thomas Schlebach am besten der Begriff „Abteilung“ wider. „Ab-“, und „-teilung“, das steht für Separation, für Silodenken und Schnittstellenprobleme. Fortschritt braucht genau das Gegenteil. Damit Experten, die irgendwo auf der Welt verteilt zusammenarbeiten, erfolgreich sein wollen, ist Austausch entscheidend.“

### ERFOLGSFAKTOREN VON MORGEN: MINDSET, TOOLSET UND SKILLSET

Die Frage ist nicht, OB Unternehmen zukünftig digital vernetzt arbeiten, sondern WIE. Das richtige Toolset dafür bieten Social Collaboration Plattformen wie Unify. Mitarbeiter, die die Methoden für vernetztes Arbeiten beherrschen, können effizienter und unabhängiger denn je wertschöpfend tätig sein. „Doch auch das Mindset, also die Haltung der Akteure, muss stimmen“, ergänzt Thomas Schlebach. „Denn Projekte entstehen zunehmend non-linear und dynamisch, die Kommunikation erfolgt über mehrere Kanäle hinweg. Da ist Teamgeist und ergebnisorientiertes Denken gefragt.“

### EIN ENGAGIERTER BOTSCHAFTER FÜR EIN WICHTIGES THEMA

Thomas Schlebach widmet nahezu jede freie Minuten seinem Lieblingsthema Netzwerken, unter anderem auch über die Kanäle Twitter und LinkedIn. Was ihn antreibt, ist nicht etwa der Wunsch, sich zu inszenieren. Ihm liegt die Tragweite des Themas am Herzen. „Digitale Collaboration ist ein Schlüsselthema für erfolgreiche Unternehmen und zufriedene Mitarbeiter. Das braucht mehr Öffentlichkeit. Ich möchte dazu beitragen, eine angemessene Aufmerksamkeit dafür zu schaffen und die Weichen zu stellen für tragfähige Kollaborationskonzepte.“

### WISSENSVORSPRUNG, VON DEM ALLE BVG-KUNDEN PROFITIEREN

Das Working Out Loud Team von Audi lud Thomas Schlebach bereits als Experte zum Erfahrungsaustausch ein. Ansonsten kommt Thomas Schlebachs Wissensvorsprung vor allem den Kunden der BVG zugute. „Derzeit stellen wir bereits mehrere Kunden auf die Social Collaboration Plattform Unify Circuit um. Und ich Sorge dafür, dass neben der Technik auch die Menschen im Unternehmen die Idee der Vernetzung verstehen und leben.“

# DER VERNETZTEN ZUKUNFT EINE PLATTFORM GEBEN

Wie BVG-Mitarbeiter Thomas Schlebach gemeinsam mit 6 Enthusiasten neue Networking-Zusammenarbeitskompetenzen vorantreibt.

Sie arbeiten seit Jahren eng zusammen. Und sind sich dennoch niemals live begegnet. Die Rede ist von den sechs Networking begeisterten Vordenkern hinter der Webseite netzandwork.de. Seit Mai 2019 ist das gemeinsame Projekt für Wissens- und Erfahrungsaustausch online.

„Entstanden ist netzandwork.de aus unserem gemeinsamen Interesse am Begriff „Neue Arbeit“, der organisatorische, gesellschaftliche und technologische Entwicklungen wie Coworking, Tools für Social Collaboration, Digitalisierung und flexible Karrieremodelle zusammenfasst“, beschreibt Thomas Schlebach den Ursprung der Plattform netzandwork.de.

Wie verändert die vernetzte Zukunft die Zusammenarbeit? Was können Interessierte und in dem Bereich Tätige voneinander lernen? netzandwork.de bietet neue, nützliche Antworten dafür. Thomas Schlebach erklärt das Konzept: „Als technische Basis nutzen wir Unify Circuit, wie wir sie auch bei BVG-Kunden gerne empfehlen. Zwar wurde uns die technische Plattform mit sechs Lizenzen von Unify Circuit zur Verfügung gestellt, aber wir verfolgen keineswegs kommerzielle Zwecke. netzandwork.de ist ein Ort des Wissensaustauschs, ein Think Tank.“

## GEMEINSAM ARBEITEN, GEMEINSAM LERNEN.

Das Motto von netzandwork.de lautet „Gemeinsam arbeiten, gemeinsam lernen“. Thomas Schlebach und seine vernetzten Kollegen inspirieren sich und alle, die auf die Plattform zugreifen, zu den Themen wie Working Out Loud, Zukunft der Arbeit (New Work), Agiles Arbeiten, Liberating Structures. Thomas Schlebach ergänzt: „Darüber hinaus schaffen wir innovative Formen des Austauschs in virtuellen Meetings. Wir waren die ersten, die die Idee der Barcamps in die digitale Welt gehoben haben. Barcamps sind offene Tagungen mit Workshops, deren Inhalte und Ablauf von den Teilnehmern zu Beginn der Tagung selbst entwickelt und im weiteren Verlauf gestaltet werden. Das Internet ist prädestiniert dafür.“

Als Sponsor der Messe CoWork in Mannheim sorgten Unify und BVG mit Circuit für Aufmerksamkeit in der Szene und stellten die eigene Plattform dem interessierten Publikum vor. „Wir bleiben am Ball“, betont Thomas Schlebach, „Nächstes Jahr in Berlin auf der Re:Publica werden wir ebenfalls präsent sein. Und dabei feiern wir eine Premiere. Alle sechs Personen hinter unserer Seite netzandwork.de werden sich zum ersten Mal persönlich begegnen.“

Die Vordenker hinter netzandwork.de: Neben Thomas Schlebach engagieren sich Marc Habenicht, Florian Purps, Rachel Zühlke, Denny Kondic und Silvana Rössing.



**Daniel Pisanu**  
@d\_pisanu

Antwort an @DennyKondic und 3 weitere  
Ich bin sehr gespannt wo diese Reise euch hinführt  
5 17:06 - 17. Mai 2019



**NetzAndWork** @NetzAndWork · 20. Mai 2019

Antwort an @NetzAndWork  
Vielen Dank an Unify Circuit für das Sponsoring unserer Team -  
Collaboration und Communication Plattform @CircuitHQ

**Circuit**  
@CircuitHQ

Danke euch, wir lernen unheimlich viel durch eine so innovative  
Nutzung von Circuit #newwork

6 07:56 - 20. Mai 2019 · Ottersheim bei Landau, Deutschland

Die Reise hat gerade erst begonnen  
auf **NETZANDWORK.DE**

Zusammenarbeit  
war noch nie  
so einfach.

Circuit.

**circuit**  
by unify

Telefonie, Audio- und Video-  
konferenzen, Bildschirm- und  
Dateifreigabe in nur einer  
einzigen Anwendung.

[circuit.com](http://circuit.com)

# GEMEINSAM LÄUFT'S RUND

Im digitalen Wettbewerb behält nur derjenige die Nase vorn, der seinen technologischen Vorsprung absichert. Gute Voraussetzungen dafür sind innovative, agile und skalierbare IT- und Softwarelösungen. BVG Communication Technologies und Miller Leasing aus Bad Homburg ziehen seit rund fünf Jahren an einem Strang, um das Beste für ihre Kunden herauszuholen. Beide verstehen sich als Business-Enabler, die Unternehmen maßgeschneiderte IT-Produkte und die entsprechenden Finanzierungen liefern. Anfang September feierte Miller Leasing das 40-jährige Firmenjubiläum. Ein schöner Anlass für BVG-Chef Günter Dallmayr, mit der Geschäftsführung und den Mitarbeitern anzustoßen – und die Allianz zu vertiefen.





### KUNDEN DEN RÜCKEN FREIHALTEN

BVG und Miller Leasing verbindet mehr als gemeinsame Kunden oder Aufträge. Beide Firmen sind inhabergeführte Familienunternehmen, deren Gründer das Potenzial des digitalen Wandels frühzeitig erkannt haben. Heute ist BVG eine gefragte Adresse in Sachen Enterprise Telephony, IT-Services, Network Solutions, Planung und Schulung. Miller Leasing bietet ein breites Portfolio im Bereich der IT-Finanzierung, vom klassischen Leasingvertrag bis zur intelligenten und individuellen Projektfinanzierung. Damit stärken die Partner ihren Kunden den Rücken. Umso besser können sich diese auf ihr Kerngeschäft konzentrieren und haben die Kontrolle über Planung, Kosten und Verfügbarkeit.

### IMMER EINEN SCHRITT VORAUS

Beide Firmen sind auch über die Jahrzehnte an ihren Aufgaben gewachsen: Ging es in den Anfängen um überschaubare IT-Produkte, managen die Teams von BVG und Miller Leasing heute komplexe IT-Landschaften und -Architekturen. Günter Dallmayr sagt dazu: „Wir hatten und haben unser Ohr immer am Markt und verfügen über das Wissen um die Entwicklungen und Trends. Seien es Sprachplattformen, Telefonie, Netzwerklösungen oder Cloud Communication. Unsere Kunden sind mit BVG bestens für die Zukunft gerüstet.“ Auch Marion Schäfer und Bernd Dambacher, Geschäftsführung von Miller Leasing, haben „großen Spaß daran, smarte Lösungen für komplexe Herausforderungen zu entwickeln. Dabei sind wir nicht nur Finanzierungspartner, sondern mittendrin in den Projekten und somit nah an den Bedürfnissen unserer Kunden.“



### EFFIZIENT ÜBER DEN GANZEN LIFECYCLE

Dazu gehört nicht nur die Beschaffung und das Verleasen von IT-Systemen, Telekommunikationsanlagen und Software. Durch Wartungsverlängerung, Wiedervermarktung und Logistik bis hin zur DSGVO-konformen Datenlöschung können die Produkte über den gesamten Lebenszyklus hinweg begleitet werden. Darum kümmern sich die ReMarket-Spezialisten von Miller Anlagen. „Somit bleiben Produkte lange im Wirtschaftskreislauf, das ist ökologischer als Recycling“, erklärt Steffen Miller, Geschäftsführer von Miller Anlagen. Das ist ziemlich schlau und effizient. Denn dadurch optimieren Kunden ihre IT-Investitionen und Vertriebspartner ihre Kundenbindung. So auch BVG, die ihrer Klientel mit dem Backup durch Miller Leasing und anderen Partnern überzeugende

Konditionen bietet und finanzielle sowie planerische Freiräume schafft. „Wir arbeiten gerne mit Miller Leasing. Die Mitarbeiter sind erfahren, kennen sich im IT-Markt bestens aus, Aufträge werden schnell und kompetent abgewickelt. Alles läuft rund“, sagte Günter Dallmayr im Verlauf der Feierlichkeiten und sprach einen Toast aus auf die nächsten gemeinsamen Jahre.

[www.miller-leasing.de](http://www.miller-leasing.de)

# Bauernabitur

## FÜR STADTPFLANZEN



Unsere nicht-bayerischen Leser werden bei dem Wort „Bauernabitur“ vielleicht stutzen. Was soll das sein? Im süddeutschen Raum bezeichnet das die Mittlere Reife, bei BVG bedeutet das: Teambuilding der besonderen Art. Anfang April kamen die BVG-Mitarbeiter auf Gut Kaltenbrunn zusammen, um sich gemeinsam zünftigen Challenges zu stellen. Dort absolvierten sie einen Pentathlon, bei dem kein Auge trocken blieb.

### KLANG DER BERGE

Gut Kaltenbrunn liegt am Nordufer des Tegernsees in den Bayerischen Voralpen, wie schön: Postkartenidylle pur! Noch mehr staunten die Teilnehmer angesichts der Alphornbläser, die sie mit einem traditionellen Ständchen willkommen hießen. Der klangvolle Auftakt und ein Begrüßungsschnapsler sorgte für beste Laune. Von ihren Guides instruiert und aufgeteilt in fünf Gruppen waren die „Abiturienten“ jetzt richtig heiß auf ihre fünf Prüfungen: „Okay. Let's get ready to rumbleeeeeeeeeeeeeee!!!“

### STRIP STRAP STROLL

Jetzt hieß es, sich beweisen beim Maßkrug schieben, Hutwerfen, Wettnageln, Schießen und Kuhmelken. Die ungewohnten Disziplinen verlangten allen Teilnehmern einiges ab an Ausdauer und Geschick. Schließlich hat man als IT-Spezialist/-in vorrangig mit Bits, Bytes und digitalen Datenströmen zu tun und

hackt ein wenig auf die Tastatur ein. Aber Wettnageln oder Kuhmelken? Von „Milchströmen“ war daher nicht viel zu sehen, von wegen: strip, strap, stroll und der Eimer ist voll! Den wenigsten gelang es überhaupt, Milchkuh Trudi mehr als ein paar Tröpfchen abzu(w)ringen. Was höchstens für einen Café Latte gereicht hätte... Hier wäre wohl etwas mehr Feingefühl in den Fingern gefragt. Dank dir Trudi, für deine Gelassenheit und Geduld!

### MOTIVATION VOM ALM-ÖHI

Beim Wettnageln und Maßkrug schieben machten die Teilnehmer wieder Punkte gut. Auch wenn der Bierhumpen beim ein oder anderen gehörig übers Ziel hinausgeschossen ist... egal! Denn offensichtlich war es eine Mordsgaudi, bei der sich alle gegenseitig laut, leidenschaftlich und johlend anfeuerten. Vielleicht lag es auch an den „Alm-Öhis“, die ihr jeweiliges Team zu Höchstleistungen

antrieben...? Am Ende ging die Gruppe Hirschkuss wohlverdient als Sieger hervor. Ihr „Bauernabitur“ bestanden hatten aber alle Teilnehmer.

Nach so viel hemdsärmeliger Action freuten sich alle Teambuilder auf ein üppiges Abendessen. Im historischen Ambiente von Gut Kaltenbrunn – und bei zünftiger Musikbegleitung – tischte Feinkost Käfer ein gewohnt erstklassiges Dinner auf, das keine Wünsche offenließ. Gegen 24:00 Uhr klang der feuchtfröhliche Abend aus, und per Bustransfer ging es zurück nach Kreuth ins Hotel. Während des Frühstücks am nächsten Morgen machte der/die ein oder andere BVG-Mitarbeiter/-in einen etwas verkaterten Eindruck, nicht ungewöhnlich nach der super Sause am Vorabend. Doch Gerüchten zufolge sollen einige der Café Latte-Trinker diesmal auf die Milch in ihrem Kaffee verzichtet haben, komisch oder?





[www.gutkaltenbrunn.de](http://www.gutkaltenbrunn.de)  
[www.feinkost-kaefer.de](http://www.feinkost-kaefer.de)

# DIGITAL LERNEN UND WISSENSCHÄTZE HEBEN



Schon Charles Darwin wusste, dass nicht der Stärkste oder Intelligenteste überlebt, sondern derjenige, der sich schnell dem Wandel anpasst. Sein „Survival of the Fittest“, das tatsächlich vom

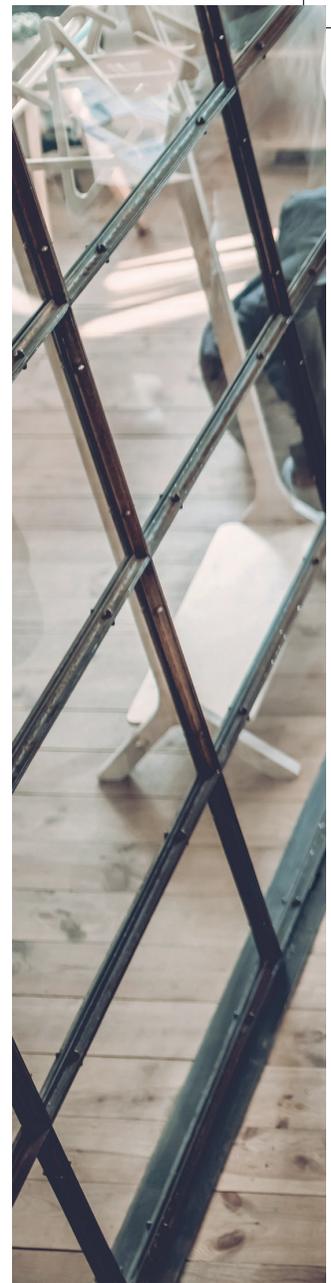
britischen Philosophen und Soziologen Herbert Spencer stammt, ist in der digitalen Ära gültiger als je zuvor. Denn nur Unternehmen, die neue Technologien nutzen und agil auf Veränderungen reagieren, bestehen dauerhaft im globalen Wettbewerb. Klar im Vorteil ist, wer sein Wissen zu organisieren weiß und mit allen Mitarbeitern teilt. Lesen Sie, wie das mit digital verknüpftem Lernen gelingt.

## DA VORNE IST DIE KAFFEEKÜCHE...

Ein expandierendes Unternehmen hat drei neue Mitarbeiter, die eingearbeitet werden sollen. Im besten Fall kümmert sich ein Mentor. Doch meistens fühlt sich niemand wirklich zuständig oder es ist zu viel zu tun. Heißt, die Neuen erhalten ihren Zugang für den PC mit der Ermunterung: „Macht euch erst mal mit dem System vertraut, ach ja: Da vorne ist die Kaffeeküche.“ Im schlimmsten Fall wartet ein zentnerschwerer Aktenstapel auf dem Schreibtisch... Im Gegensatz dazu nutzen agile Unternehmen immer öfter eine digitale Plattform für Einarbeitung und Wissensmanagement. Gelernt wird ort- und zeitunabhängig am Laptop, Tablet oder Smartphone und mittels diverser Apps. Jetzt dürfen Sie raten: In welcher Firma laufen Einarbeitung und Weiterbildung effizienter ab und motiviert die Mitarbeiter?

## ...UND HIER EIN GANZES LERNUNIVERSUM

Der E-Learning-Anbieter CrossKnowledge entwickelt digitale Lernkonzepte, mobile Anwendungen sowie maßgeschneiderte Publishing-systeme und Lerninhalte. Mit der Learning Suite – einer intuitiven Plattform – lassen sich zum Beispiel Lerninhalte und -gruppen erstellen, auf die Nutzer per Cloud und über jedes Gerät Zugriff haben. Auch Blended Learning ist ein Konzept, das Kunden wie H&M, L'Oréal, ArcelorMittal, Ricoh, Sanofi und viele andere immer wieder nachfragen. Hierbei werden Präsenzveranstaltungen sowie E-Learning intelligent verknüpft. Das „vermischte Lernen“ ist aus Forschung und Lehre bekannt, mit Blended Learning hat CrossKnowledge es in die Arbeitswelt 4.0 gehoben. Ein weiteres Stichwort ist Social Learning. Motto: Gemeinsam lernen, Schwarmintelligenz nutzen und Wissen teilen, statt es zu horten. (Lesen Sie dazu auch „Raus aus der Unternehmensblase“ auf S. 20).



## EXPERTEN-INTERVIEW

UNVERKENNBAR sprach mit Stefan Piterna über das Potenzial von Lernen 4.0. Der Global Account Manager von CrossKnowledge unterstützt Firmen und Organisationen weltweit mit digitalen Lernlösungen und hilft ihnen dabei, den Wandel zu vollziehen.

**Digitalisierung und Konnektivität verändern die Arbeitswelt massiv. Wissen wird dezentral und verliert den elitären Status. Was bedeutet das für die Unternehmen?**

„Die größte Herausforderung ist, bei den schnellen Veränderungen mitzuhalten. Früher wurden Mitarbeiter – wenn überhaupt – einmal eingearbeitet und das war's. Unternehmer, die sich und ihre Belegschaft nicht weiterentwickeln, bleiben auf der Strecke. Talente wollen bewusst lernen. Wird ihnen das nicht ermöglicht, kehren sie dem Arbeitgeber schnell den Rücken. Sehr wichtig ist dabei die Motivation, also weniger „was gelernt werden soll“, sondern „warum“ Arbeitgeber Wissen vermitteln. Nur wer diese Frage schlüssig beantworten kann, wird nachhaltiger Erfolg in der Lernkultur feststellen. Unsere Lernlösungen und Experten ermöglichen Unternehmen diese Transformation und unterstützen sie dabei.“

**Wie sieht das in der Praxis aus?**

„Manche Mitarbeiter tun sich mit dem Lernen schwer. Wer wiederum gerne und leicht lernt, hat hohe Ansprüche an die Lernumgebung und die Inhalte. Wir aktivieren und motivieren alle Mitarbeiter zum Lernen und machen den Wissenstransfer für die Unternehmen messbar. Dafür entwerfen wir virtuelle Lernumgebungen, die auf jeden Anwender personalisiert und leicht zu bedienen sind. Somit ist Weiterbildung attraktiv gestaltet und einfach zugänglich. Unsere Projektmanager unterstützen Organisationen im L&D (Learning & Development) genau hier. Mobiles Lernen, Soziales Lernen zusammen mit Arbeitskollegen und Trainern und das Mischen von abwechslungsreichen und interaktiven Lernressourcen – das ist unser Ansatz.“

**Digitalisierung sowie die daraus resultierenden disruptiven Effekte polarisieren. Wie holt man alle Beteiligten an Bord?**

„Alle zwölf Monate verdoppelt sich unser Wissen und auch die Art, wie wir es gewinnen und vermitteln, ändert sich. Das erfordert neue Fähigkeiten. Auch Soft Skills wie Mitarbeiterführung und Selbstorganisation werden wichtiger. Die Herausforderungen an die Unternehmen und Gesellschaft sind entsprechend hoch. Nur wer sich auf die Transfor-

mation einstellt, wird in dieser digitalen und globalisierten Welt zu recht kommen und dauerhaft erfolgreich sein. Digitalisierung ist nur eines der Themen, an das Deutschland den Anschluss an die Weltspitze finden sollte: Bei fast allen erfolgreichen IT-Firmen in den USA und Asien sind Digitalisierung und Lernen fest in der Unternehmensphilosophie verankert. Die Einstellung muss sich also ändern von Skepsis zu Aufbruchsstimmung und Innovationskultur. Dazu bedarf es starker Partner mit Expertise, Erfahrung und Erfolgsgeschichten genau in den Bereichen, in denen Unternehmen wachsen wollen.“

**Für welche Unternehmen passt eine Learningplattform?**

„Wir tauschen uns mit Organisationen aller Größen aus. Für ganz kleine Unternehmen sind unsere Lösungen ab und an etwas zu anspruchsvoll. Aber auch hier haben wir tolle Partnerschaften. Wir bieten auch vorgefertigte Lösungen und Kursangebote an. Unternehmen wie zum Beispiel BVG versetzen wir in die Lage, ihre eigenen Kunden kostenpflichtig zu schulen. Hier steckt ein enormer Mehrwert für alle Beteiligten.“

**CROSSKNOWLEDGE**  
A Wiley Brand  
The Skills you Need to Succeed

[www.crossknowledge.com](http://www.crossknowledge.com)

# Florale Kunst

... verblüht wie



*Frische Blumen sind schön, lassen an laue Sommertage denken und bringen ein Stück Schöpfung ins Haus.*

*Hingegen gelten in nachhaltigen Zeiten diese Sträuße aus Seide, Plastik und Draht als Frevel. Und derjenige, der sie vertreibt oder aufstellt, hat den Ruf eines Stilbauern ohne Sinn fürs Schöne. Das Start-up Blütenwerk feiert die Natur, indem es sie eindrucksvoll nachahmt.*

Kunstblumen und -pflanzen? Wie altbacken! Sofort denken wir an eingestaubte Sträußchen auf biederen Häkeldecken. Oder es kommen uns lieblose Gebinde aus grellem Hartplastik in den Sinn, mit denen Gastronomen versuchen, für wenig Geld Wohlfühlatmosphäre zu schaffen. Nicht zu reden von der gut gemeinten Absicht – zumeist männlicher – Singles, ihre Penthouse-Terrasse dauerhaft und pflegeleicht

in eine grüne Oase zu verwandeln: Spätestens nach einem halben Jahr herrscht Ernüchterung ob des verwitterten Plastikgestrüpps, dessen Farbe sich vom satten Grün in ein merkwürdiges Türkisblau verwandelt hat. Oh weh!

#### **KUNSTBLUMEN UND -PFLANZEN RELOADED**

Als Premiumanbieter für Kunstblumen-Arrangements und Grünpflanzen-Dekorationen arbeitet Blütenwerk erfolg-

reich gegen diese Klischees an. Für Geschäftsführerin Jutta Rethmann ist das ein Businessmodell und ein Herzensprojekt: „Ich fand es immer schade, wie trostlos manche Empfangsbereiche aussehen. Nach kurzer Zeit sind die schönsten Sträuße verblüht, stauben ein und werden entsorgt. Niemand hat Zeit und Muße, sich um Ersatz kümmern. Zumal das auch ins Geld geht.“ Und so gründete sie Blütenwerk, um



die Welt der Kunstblumen zu revolutionieren und diese salonfähig zu machen. Das war 2015. Ein Jahr später steigt Geschäftspartnerin Stephanie Rinsche ein.

Das Konzept findet Anklang. Besonders vor dem Hintergrund, dass Echtblumen aus hygienischen Gründen und wegen des Allergierisikos eigentlich gar nicht überall aufgestellt werden dürfen. So gehören Arztpraxen, Krankenhäuser oder Altenheime zu den begeisterten Kunden. Mittlerweile kommen Bestellungen nicht nur aus ganz Deutschland, sondern auch aus der Schweiz, Österreich oder England. Und sogar bei einer Hochzeit in Namibia hatte Blütenwerk einen Auftritt: „Ein junges Paar wollte dort heiraten und unbedingt einen Brautstrauß von uns“, erzählt Stephanie Rinsche stolz.

#### HOHE QUALITÄTSSTANDARDS

Dass die Blütenwerke zum neuen Must-have geworden sind, kommt nicht von ungefähr. „Wir arbeiten mit einem renommierten holländischen Lieferanten zusammen, der auch das Hotel Adlon

sowie Harrods in England beliefert“, so Rinsche. Ob Magnolien, Tulpen, Kirschblüten, Ranunkeln oder Pfingstrosen: Die Gründerinnen kleckern nicht und bestellen gleich jedes Mal in Großmengen. Mit geübten und kreativen Händen erschaffen ihre beiden Mitarbeiterinnen – eine Floristikmeisterin und eine Floristin – kunstvolle filigrane Blumengebinde von täuschend echter Anmutung. Individuelle Wünsche werden gerne erfüllt – und sei es ein spezielles Arrangement, das ein Kunde auf dem Cover der Vogue entdeckt hatte. Beliebt sind auch Innenraumbegrünungen mit pflegefreien Kunstpflanzen wie Olivenbäume oder das auch als Einblatt oder Scheibenblatt bekannte Spathiphyllum, etwa als Raumteiler, Sichtschutz oder trendige Dschungelwand. Persönliche Beratung, Planung und Konzeption nach Kundenwünschen gehören selbstverständlich zum Service dazu.

#### BLUMENABO STIFTET NACHHALTIG FREUDE

Mit ihrem saisonalen Blumen-Abo treffen die Gründerinnen den Nerv der Zeit, im Wortsinne: Bei Bestellung erhalten die Unternehmen alle drei Monate ein

neues Gesteck passend zur Jahreszeit inklusive hochwertigem Gefäß. „Das ist nicht nur pflegeleicht, kostensparend und nachhaltig, sondern auch clever. Denn wenn im Oktober noch Pfingstrosen auf dem Tresen stehen, weiß jeder sofort, dass es Kunstblumen sind“, weist Stephanie Rinsche hin. Dass die Gebinde von Blütenwerk inzwischen als Blumenkunst gelten, zeigt die umfangreiche Referenzliste. Neben den erwähnten Arztpraxen, Altenheimen und Krankenhäusern gehören auch Konzerne, Hotels, Fitnessstudios sowie Innenausstatter, Immobilienunternehmen und Architekten zu den Kunden. Und Blütenwerk ist weiter auf Wachstumskurs: Neben der Manufaktur in Köln und dem Online-Shop ist Blütenwerk mit regionalen Sales-Repräsentationen auch in Berlin, Hannover und im Raum Süddeutschland unterwegs, weitere Regionen sind in Planung.

[www.bluetenwerk.de](http://www.bluetenwerk.de)  
[instagram.com/bluetenwerk.de](https://www.instagram.com/bluetenwerk.de)



# AVAYA CLOUD LÖSUNGEN

## ... EIN MASSANZUG, DER MITWÄCHST

Nach zögerlichem Start nutzen immer mehr Unternehmen Services aus der Cloud. 2017 hatte sich bereits jedes dritte deutsche Unternehmen für Dienstleistungen aus der Cloud entschieden. Aus gutem Grund, denn Agilität, Mobilität und Verfügbarkeit sind wichtige Meilensteine auf dem Weg in neue, digitale Geschäftsumfelder. Und genau das bieten Services aus der Cloud.



### CLOUD STEHT FÜR VIELFALT

Das kurze Wort Cloud steht für eine fast beliebig lange Liste an Lösungen, Services, Chancen und Risiken. Jedes Unternehmen arbeitet in seinem Umfeld mit eigenen Prozessen, es hat individuelle Möglichkeiten und Ziele. Manche sind sehr klein, andere erstrecken sich über den ganzen Globus. Klar, dass die Cloud all diesen unterschiedlichen Anforderungen nur mit ebenso unterschiedlichen Lösungen gerecht werden kann. Doch welche sind das und was gibt es zu beachten?

### SERVICES AUS DER CLOUD

Cloud steht in erster Linie für das Teilen von Ressourcen. Das kann Speicherplatz sein, Rechenleistung, aber auch komplexe Applikationen wie zum Beispiel

CRM-Systeme, ERP-Systeme, Office-Software oder komplette Kommunikationslösungen können geteilt werden.

### KOSTEN SPAREN IN DER PUBLIC CLOUD

Da diese teilweise sehr komplexen Lösungen für ein Unternehmen viel zu teuer wären, teilen sich viele Unternehmen eine Plattform und zahlen nur für die Lizenzen, die sie wirklich nutzen. Der Vorteil: Hohe Entwicklungs- und Betriebskosten verteilen sich auf vielen Schultern und lassen die Last deutlich leichter erscheinen. Hinzu kommt, dass die Kosten in der Regel als sofort absetzbare Betriebskosten anfallen und keine hohen Anfangsinvestitionen inklusive der damit verbundenen langfristigen Abschreibungen anfallen.

Das gilt natürlich nur für Cloud Lösungen, die sich Unternehmen teilen und die auf öffentlich zugänglichen Servern betrieben werden. Deshalb heißen sie auch Public Cloud Lösungen.



**SAFETY FIRST – DIE PRIVATE CLOUD**

Damit wären wir auch beim ersten großen Haken an der schönen Cloud-Welt: der Sicherheit. Unternehmenskritische Daten in der Cloud treiben so manchem IT-Verantwortlichen die Schweißperlen auf die Stirn. Allerdings nur teilweise zu Recht, denn die Sicherheitsstandards sind bei professionellen Anbietern enorm hoch. Sie alle beachten die aktuellen Rahmenbedingungen der europäischen Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) und investieren erhebliche Summen in Datensicherheit, Backups und Verfügbarkeit der Dienste. Auch hier profitieren Unternehmen von der gemeinschaftlichen Lösung.

Trotzdem setzen viele Unternehmen auf individuelle Cloud Lösungen, die im eigenen oder einem angemieteten dedizierten Rechenzentrum gehostet werden. Damit bleiben alle Daten im Unternehmen und sind entsprechend geschützt.

**WELCHE LÖSUNG IST DIE RICHTIGE?**

Diese Frage beantwortet sich mit den Anforderungen und dem Budget. Ein Start-up mit zwei Gründern braucht zwar die Dienste einer Cloud, jedoch keine individuell zu-

geschnittene Lösung. Ganz anders sieht es bei mittelständischen und großen Unternehmen aus. Deren oft sehr komplexe Anforderungen und Sicherheitsansprüche lassen sich besser mit privaten Lösungen oder einer hybriden Variante erfüllen.

**KOSTENFALLEN VERMEIDEN UND DEN RICHTIGEN PARTNER FINDEN**

Immer wieder gehen Unternehmen zögerlich in die Cloud. Da werden erste, einzelne Service gebucht und – oft aufwendig – in die Infrastruktur integriert. Letztendlich entstehen durch den Anbieter-Mix zusätzliche Aufwände und Kosten, welche die Einsparungen reduzieren.

Avaya deckt mit seinen Lösungen das gesamte Portfolio an Kommunikations-Dienstleistungen aus der Cloud ab. Von der sofort einsetzbaren Lösung für bis zu 50 Mitarbeiter bis zur Enterprise-Lösung mit mehreren zehntausend Mitarbeitern und komplexesten Anforderungen an Performance, Sicherheit und Verfügbarkeit.

Starten Sie mit Avaya in die Cloud. Die Lösungen passen immer zu Ihrem Unternehmen. Sie wachsen mit ihm und den entsprechenden Anforderungen.



Weitere Informationen finden Sie unter:  
[www2.avaya.de/kundenmagazin/trends/kommunikation-aus-der-cloud](http://www2.avaya.de/kundenmagazin/trends/kommunikation-aus-der-cloud)

Inbegriff deliziöser  
Gaumenfreunden

# LE MOISSONNIER

Seit mehr als 30 Jahren ist die Krefelder Straße 25 eine begehrte Adresse für Liebhaber der gehobenen französischen Küche. Tatsächlich gilt das „Le Moissonnier“ als bestes Restaurant in Köln, dessen zwei Michelin-Sterne weit über die Dom-Stadt hinaus strahlen. Bekannte Persönlichkeiten waren und sind hier zu Gast: Joachim Kröl, Wolfram Siebeck, Bruno Ganz, Jorhika Fischer, Alfred Bielek, Charles Aznavour, Iris Berben und sogar Oscar-Preisträger Michael Caine. Sein Auftritt in dem charmanten Bistro war ein ganz besonderer...

## STRASBOURG – BERLIN – KÖLN

Ende der 1970er Jahre macht sich Hotelfachschüler Vincent Moissonnier auf den Weg von Strasbourg nach Berlin – mit nur zwei Kartons und jeder Menge Eifer im Gepäck. 1980 landet er immerhin im legendären Sterne-Restaurant „Maitre“ von Henry Levy, Freund und Kochkollege von Eckart Witzigmann. Nach drei Jahren harter Schule war Moissonnier um viele Erfahrungen und eine Beziehung mit seiner Frau Liliane reicher: Man kannte sich bereits von der Hotelfachschule und lief sich am Checkpoint Charlie unerwartet in die Arme. Karma!? Die Zukunft wollte man gemeinsam gestalten und so ging es nach Köln. „Hier stieg ich bei Franz Keller Junior als Oberkellner ein und hatte mit gerade 22 Jahren fast 30 Mitarbeiter unter mir. Ich habe viel gelernt, sodass ich nach vier Jahren etwas Eigenes aufbauen wollte“, erzählt Vincent Moissonnier.

## VOM STUDENTENFUTTER ZUR STERNEKÜCHE

Die Gelegenheit ergab sich in der Krefelder Straße 25 – nicht gerade die Toplage von Köln: Einst war dort eine Bäckerei, das Café Frings und Mitte der 1980er eine türkische Spielhalle, danach herrschte lange Zeit Leerstand. Die Räume präsentierten sich vernagelt mit Spanplatten und mehr oder weniger verfallen. „Ein Rattenloch“, bringt es Moissonnier auf den Punkt. Ein Jahr steckte er in die Renovierung, um diese Ruine in das charmante Jugendstil-Bistro zu verwandeln, das es heute immer noch ist. „Anfangs gab es offene Weine, zwei Vorspeisen und zwei Hauptspeisen, das war’s. Studentenfutter“, so Moissonnier. Er wirkt bescheiden und ist bodenständig geblieben. Von den beiden Auszeichnungen durch den Guide Michelin hat er ohnehin nur zufällig erfahren. Natürlich freut ihn das, aber darauf hingearbeitet hat er nicht. „Wir stecken unsere Kreativität lieber in Rezepte gegen die kulinarische Langeweile, als Sternen nachzujagen.“

## SUPERBE KÜCHE BRILLIERT MIT RAFFINESSE

Großen Anteil am Erfolg des Restaurants hat Chefkoch Eric Menchon. Gastronomiekritiker Christian Stromann schreibt: „Seine Küche ist immer in Bewegung, voller Energie und Ideenreichtum. Und nur wenige Orte in Deutschland transportieren französisches Savoir-vivre so wundervoll, wie dieses Bistro in der Krefelder Straße.“ Das Magazin Effilee lobt: „Diese Aromen-Avantgarde wird durch unkonventionelle Weine und einen unpräzisen Service abgerundet. Merci et Chapeau, Messieurs Dames!“

Das klingt vielversprechend. Um das Tag für Tag einzulösen, hat Menchon acht ausgebildete Köche unter sich. Auch Vincents Tochter Pauline hilft hier mit. Insgesamt kümmern sich 22 Mitarbeiter – unter den strengen Augen von Liliane und Vincent – um das leibliche Wohl der Gäste. Dazu gehören natürlich auch exquisite Weine. Rund 40 offene und 120 Flaschen ausgesuchter französischer Provenienz werden im Bistro angeboten.



LE MOI  
32  
JAHRE



Zum Betrieb gehört seit einem halben Jahr ein Weingeschäft. Auch hier machen die Moissonniers keine Abstriche an Qualität und importieren nur edelste Tropfen von kleinen, aber feinen Weingütern in Frankreich. Viermal im Jahr lädt der Patron zusammen mit Sohn Tim zu einer Weinprobe ein, alles läuft ganz locker und mit viel Humor.

**PERSÖNLICHKEIT STATT PROMIBONUS**

Auch Persönlichkeit und Herz sind wesentliche Zutaten für den Erfolg des Lokals. Liliane und Vincent Moissonnier sind stets vor Ort und selbst im Service aktiv. Vincent liebt seine Berufung und pflegt intensiven Kontakt zu den Gästen, sehr oft als Oberkellner. Dabei spielt es keine Rolle, wer sein Lokal aufsucht: „Einen Promibonus gibt es nicht. Wir behandeln alle gleich.“ Selbst Michael Caine bekam das zu spüren: Während eines Drehs in Köln wollte der englische Filmstar im Le Moissonnier speisen, aber es war kein Platz frei. Also bemühte sich der Regisseur bei Liliane um eine Reser-

vierung. Und so saß Caine eines Abends tatsächlich mit zwei Kollegen am Tisch. Mit leichtem Herzklopfen näherte sich Vincent Moissonnier und begrüßte den Schauspieler mit den Worten: „Mr. Caine, Sie sind ein großartiger Schauspieler.“ Darauf sagte dieser etwas reserviert: „Vielen Dank, aber das weiß ich.“ Später fragte Caine nach dem Besitzer des Lokals, worauf sich Moissonnier als eben dieser vorstellte. Der Filmstar glaubte das zunächst nicht. Nachdem alles geklärt war, sagte er: „Ich bin seit einer Woche in Köln und habe fast überall gegessen, aber das hier war das Beste!“ Vincent Moissonnier entgegnete: „Vielen Dank, aber das weiß ich!“ Michael Caine musste lächeln, woraufhin sich die beiden Meister ihres Fachs die Hand gaben.

**EIN PREUSSE AUS FRANKREICH IM RHEINLAND**

Wenn man ein Restaurant führt, das zur Legende geworden ist, erfordert dies außerordentliche Hingabe. Doch beizeiten gönnt sich Vincent Moissonnier kleine

Auszeiten, joggt durch die Straßen von Köln oder unternimmt eine Radtour. Auch für seine Familie kocht er mit Leidenschaft. Besonders gerne ist er bei seinen Winzern, weil er dort viel lernt. Der Gastronom mit französischen Wurzeln ist Rheinländer im Herzen: „Ich liebe die deutsche und rheinländische Mentalität, ein Wort ist ein Wort und dann wird gehandelt. In Frankreich spricht man ewig um den heißen Brei herum...“ Einige sagen ihm deshalb nach, er sei der preußigste Franzose, den es gibt. Was er gerne hinnimmt. Absolutistisch ist Moissonnier auch bei den Getränken. Neben Weinen gibt es für ihn nur eins: Kölsch! Und zwar von Paffgen. Ein Lebenselixier nicht nur für die Kölner, sondern auch für die ganze Familie Moissonnier.

[www.lemoissonnier.de](http://www.lemoissonnier.de)  
[www.le-moi.de](http://www.le-moi.de)

HINTER DEN KULISSEN



# Die Magazinmacher

**DREI MACHEN EINS:**

## **DIE KÖPFE HINTER UNSEREM UNVERKENNBAR MAGAZIN**

Köln strotzt von guten Geschichten, interessanten Unternehmen und angesagten Lokalen. Ein spannendes Magazin über diese Stadt zu machen, ist also ganz einfach – in der Theorie. In Wirklichkeit gleicht die Arbeit des Redaktionsteams einer Mischung aus Puzzle, Versteckspiel und Detektivarbeit. Vielleicht macht es gerade deshalb so viel Spaß.

Eine neue Ausgabe des UNVERKENNBAR Magazins fängt immer ganz harmlos an: Im Frühjahr treffen sich die drei Magazinmacher Silke Kössinger im Marketing der BVG Communication Technologies GmbH, Monika Stern, Grafikerin, sowie Christian Stark, Konzeptioner, zur ersten Redaktionssitzung. Im gemeinsamen Brainstorming werden Themenvorschläge erarbeitet, ausgewählt und zu To-do-Listen verarbeitet. Das ist das offizielle Halali, die Jagd nach den Stories kann beginnen.

#### DER SONST SO MITTELSAME GESPRÄCHSPARTNER IST NICHT MEHR ERREICHBAR. LAMPENFIEBER?

Dann beginnt die Phase, in der sich so manch simple Idee als überraschend kompliziert herausstellt – und sonst so mittelsame Gesprächspartner plötzlich nicht mehr erreichbar sind. Lampenfieber? Vermutlich. Doch mit professioneller Hartnäckigkeit erreicht das Dreigestirn der UNVERKENNBAR-Redaktion dennoch sein Ziel.

#### ES IST WIE BEIM WEIN: EIN GUTES ERGEBNIS BRAUCHT SEINE ZEIT.

Während Silke Kössinger notwendige Informationen von Mitarbeitern einholt, Interviewpartner rekrutiert und Termine fixiert, entstehen im Team Stark Stück für Stück die Beiträge der neuen Ausgabe, vom Magazintitel bis zum App-Tipp. Rund vier Monate dauert es, bis sämtliche Beiträge, Fotos, Texte, Freigaben, Feedbacks und Genehmigungen vorliegen und die Layout-Phase beginnen kann. Dann schließlich greift Monika Stern in die Tasten und kreiert das hochwertige Layout des Magazins.

#### UNVERKENNBAR PRÄGT DIE MARKE BVG COMMUNICATION TECHNOLOGIES.

Kommunikationslösungen sind das Kernthema der BVG Communication Technologies. Was nicht heißen muss, dass sich die Marke nur über Technik definiert. Die Mitarbeiter und Kunden der BVG Communication Technologies sind in erster Linie Menschen – Menschen mit vielen Interessen, Leidenschaften und Lieblingsthemen. Einen Querschnitt davon finden Sie in unserem Magazin. Es trägt die Handschrift eines Unternehmens, das es versteht, rational zu überzeugen und emotional zu begeistern.

# VERTRIEBSPROFI UND # EINSTEIN



*Zugegeben - dies ist eine Geschichte, die nicht aus verlässlichen Quellen stammt, aber wir wollen Sie Ihnen nicht vorenthalten ...*

Ein Verkäufer sitzt im Flugzeug neben Albert Einstein auf dem Flug nach Amerika. Nach dem Start kommen beide ins Gespräch. Einstein, der die Zunft des Verkaufens eher kritisch betrachtet, interessiert sich dennoch für das, was der Vertriebler tut, und er ist sehr neugierig. Der Verkäufer erzählt ein wenig aus seiner Branche und von seinem letzten erfolgreichen Deal, da fragt ihn Einstein, ob er Lust hätte, ein kleines Spiel mit ihm zu spielen.

„Passen Sie auf, es ist ganz einfach. Ich stelle Ihnen eine Frage, wenn Sie die Antwort nicht kennen, geben Sie mir 5 Dollar. Danach stellen Sie mir eine Frage. Wenn ich die Antwort nicht kenne, gebe ich Ihnen 500 Dollar!“

Der Verkäufer denkt nicht lange nach, das ist ein guter Deal: „Alles klar.“ Also fängt Einstein an: „Wie lautet die genaue Entfernung von der Erde zum Mond?“ Der Verkäufer überlegt kurz, schüttelt den Kopf und zieht 5 Dollar aus seiner Tasche: „Eine gute Frage Herr Einstein, ich muss gestehen, dass ich die Antwort nicht weiß.“

Einstein nimmt die 5 Dollar, jetzt stellt der Verkäufer seine Frage: „Was geht auf einen Berg mit drei Beinen und kommt anschließend mit vier Beinen wieder herunter?“ Einstein überlegt, er legt seine große Stirn in Falten, murmelt mathematische und physikalische Formeln vor sich hin. Lange denkt er darüber nach, doch sein ganzes Wissen hilft ihm nichts. Nach einer Weile schließlich gibt er sich geschlagen. „Ich weiß es wirklich nicht, hier sind Ihre 500 Dollar. Doch bevor wir die nächste Frage stellen, bitte sagen Sie mir: Was ist es, das mit drei Beinen den Berg herauf geht und mit vier wieder herunterkommt? Was ist es denn?“ Der Verkäufer zuckt mit den Achseln, greift in seine Tasche und gibt ihm 5 Dollar.



## Avaya Cloud Lösungen – Das Schweizer Taschenmesser für Ihre Business Kommunikation

Was haben ein Taschenmesser und Avaya Cloud gemeinsam? Sie helfen schnell und unkompliziert mit den richtigen Funktionen weiter. So wird auf einer Expedition eher ein Multitool mitgenommen während Barkeeper schon mit drei Funktionen bestens ausgerüstet sind.

Nach diesem Prinzip haben wir bei Avaya unsere verschiedenen Cloud-Angebote zusammengestellt. Sie erfüllen die Anforderungen kleiner Unternehmen ebenso wie die großer Global Player. Sie sind schnell einsatzbereit und wachsen mit Ihrem Unternehmen. Damit geben wir Ihren Mitarbeitern die Agilität, die sie in einem bewegten Marktumfeld benötigen.

[www.avaya.com/de](http://www.avaya.com/de) | 0800 4628292

**AVAYA**  
Experiences That Matter



# APP-TIPP

Die besten Ideen fallen einem oft spontan ein. Damit man sie nicht vergisst, gibt es die App Just Press Record. Die App für iOS und macOS fungiert als mobiler Audiorekorder, verfügbar auf iPhone, iPad und auch auf der Apple Watch. Mit nur einem Fingertipp startet man die Audio-Aufzeichnung. Ganz automatisch erfolgt danach die Transkription, also die Umwandlung in einen Text, sowie die Synchronisation mit der Apple iCloud. Danach ist das Soundfile dann auf allen verbundenen Geräten verfügbar. In der App lassen sich Audio und Transkriptionen direkt bearbeiten. Und wer am liebsten freihändig diktiert, kann Just Press Record auch mit Siri bedienen. Berührungslos!



IMMER GANZ OHR  
JUST PRESS RECORD  
HÖRT AUF KNOPFDRECK MIT

## IMPRESSUM

### HERAUSGEBER

BVG Communication Technologies GmbH  
Höglwörther Straße 1, 81369 München  
Telefon: +49 89 82010-0  
E-Mail: [info@bvg-systemhaus.de](mailto:info@bvg-systemhaus.de)  
[www.bvg-systemhaus.de](http://www.bvg-systemhaus.de)

### PROJEKTLEITUNG, ANZEIGENMARKETING

Silke Kössinger  
BVG Communication Technologies GmbH  
E-Mail: [silke.koessinger@bvg-systemhaus.de](mailto:silke.koessinger@bvg-systemhaus.de)

### REDAKTION

StarkText GmbH, [www.starkttext.de](http://www.starkttext.de)  
Ute Latzke, [www.utelatzke.com](http://www.utelatzke.com)

### LEKTORAT

[die.optimierer.com](http://die.optimierer.com), [www.dieoptimierer.net](http://www.dieoptimierer.net)

### LAYOUT

Büro Stern, [www.buero-stern.de](http://www.buero-stern.de)

### DRUCK

Offsetdruck Brummer GmbH, [www.brummer-druck.de](http://www.brummer-druck.de)

### BILDER

Unsplash	Cover, S. 2, 4, 42
Steffen Müller-Klenk	S. 3
Kay-Uwe Fischer / Motorworld	S. 6, 7
Emons	S. 8, 9
Silke Kössinger	S. 11, 21
Aixvox	S. 14
Michael Hanzl	S. 16, 17, 30, 31, 40
Steve Herud	S. 18, 19
FastViewer	S. 22, 23
Thomas Schlebach	S. 25, 26
Miller Leasing	S. 28, 29
CrossKnowledge	S. 32, 33
Blütenwerk	S. 34, 35
Avaya	S. 36, 37
Le Moissonnier	S. 39
Shutterstock	S. 41

Auflage: 20.000

@ 2019 BVG Communication Technologies GmbH  
Alle Rechte vorbehalten. Die weitergehende Verwendung dieser Publikation ist nur in Rücksprache mit BVG Communication Technologies GmbH gestattet. Der Herausgeber übernimmt keine Haftung für die Verwendung dieser Publikation oder ihres Inhalts.

ANZEIGE



## URUS - WIR TEILEN IHRE BEGEISTERUNG!

### LAMBORGHINI STUTTGART

Gohm GmbH  
Graf-Zeppelin-Platz 1  
71034 Böblingen  
Telefon 0049 7031 2055-0  
[www.stuttgart.lamborghini/de](http://www.stuttgart.lamborghini/de)

### LAMBORGHINI SINGEN

Standort Singen  
Georg-Fischer-Straße 65  
78224 Singen  
Telefon 0049 7731 9463-0  
[www.singen.lamborghini/de](http://www.singen.lamborghini/de)

Verbrauchs- und Emissionswerte: Lamborghini Urus - Kombiniertes Verbrauch: 12,7 l/100km Kombinierte CO<sub>2</sub>-Emissionen: 325 g/km



# BVG Communication Technologies

Systemhaus für IT- und Telekommunikation

## Unternehmenszentrale

Höglwörther Straße 1  
D-81369 München  
Phone: +49 89 82010-0  
Fax: +49 89 82010-110

---

## BVG Berlin

Seidelstraße 31  
D-13507 Berlin  
Phone: +49 30 437787-0  
Fax: +49 30 437787-169

---

## BVG Hamburg

Tempowerkring 1a  
D-21079 Hamburg  
Phone: +49 40 636467-0  
Fax: +49 40 636467-189

---

## BVG Köln

Claudius-Dornier-Straße 5b  
D-50829 Köln  
Phone: +49 221 584731-0  
Fax: +49 221 584731-179

---

## BVG Bozen

Galvanistraße 33  
I-39100 Bolzano-Bozen  
Phone: +39 0471 19511-0  
Fax: +39 0471 19511-49

---